



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA**

**Promoción turística en el Parque Arqueológico de Choquequirao
del distrito de Santa Teresa, Cusco – 2021**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Administración en Turismo y Hotelería

AUTORES:

Chuquiyauri Castañeda, Rut María (<https://orcid.org/0000-0002-3574-4443>)

Segundo Huaman, Diana Katherin (<https://orcid.org/0000-0002-2567-0065>)

ASESOR:

Mg. Edwin Natividad Gabriel Campos (<https://orcid.org/0000-0003-0245-0040>)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Empresas Turísticas y de Centros de Esparcimiento

LIMA-PERÚ

2021

DEDICATORIA

A Dios, por guiarme y acompañarme siempre en el camino de mi superación.

A mis padres y a mi familia por todo su apoyo y comprensión.

AGRADECIMIENTO

A los docentes Escuela Académica Profesional de Administración en Turismo y Hotelería de la Universidad César Vallejo por sus sabias enseñanzas y valiosas experiencias compartidas.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Resumen	vi
Abstract	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA	18
3.1 Tipo y diseño de investigación	18
3.2 Categorías, subcategorías y matriz de categorización	18
3.3 Escenario de estudio	18
3.4 Participantes	19
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	20
3.6 Procedimiento	20
3.7 Rigor científico	21
3.8 Método de análisis de datos	21
3.9 Aspectos éticos	21
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	23
V. CONCLUSIONES	35
VI. RECOMENDACIONES	37
REFERENCIAS	38
ANEXOS	42

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Matriz de codificación de informantes	19
Tabla 2: Matriz de categorización apriorística	43
Tabla 3: Matriz de preguntas	44
Tabla 4: Matriz de validación de expertos	46
Tabla 5: Matriz de codificación de entrevistas	49

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general analizar la promoción turística del Parque Arqueológico de Choquequirao; el tipo fue de tipo básico, con un enfoque cualitativo y diseño fenomenológico porque se investigó en base al análisis racional explorando, describiendo e interpretando las experiencias de los participantes que fueron turistas, pobladores y promotores de turismo; los informantes fueron tres turistas, dos pobladores y un promotor de turismo representante de una agencia de viajes. El instrumento utilizado fue la guía de entrevista de preguntas abiertas que se desarrolló mediante una conversación amena y sin ningún tipo de presión.

Los resultados indican que la publicidad por internet, audiovisual, periódicos, revistas, folletos y otros están ausentes y no existen convenios con ninguna institución pública ni privada. La conclusión más importante es que el Parque Arqueológico de Choquequirao, ubicado sobre el impresionante cañón del río Urubamba en las estribaciones del nevado Salkantay, en el valle del Apurímac, en la provincia de la Convención en Cusco, considerado como centro urbano incaico con rasgos comunes, no tiene la promoción adecuada ni pertinente acorde con su importancia natural y cultural.

Palabras clave: Parque arqueológico, publicidad, turismo, alianzas estratégicas

ABSTRACT

The present investigation had as general objective to analyze the tourist promotion of the Archaeological Park of Choquequirao; the type was basic type, with a qualitative approach and phenomenological design because it was investigated based on rational analysis exploring, describing and interpreting the experiences of the participants who were tourists, residents and promoters of tourism; the informants were three tourists, two residents and a tourism promoter representing a travel agency. The instrument used was the open question interview guide that was developed through a pleasant conversation and without any type of pressure.

The results indicate that advertising on the internet, audiovisuals, newspapers, magazines, brochures and others are absent and there are no agreements with any public or private institution. The most important conclusion is that the Archaeological Park of Choquequirao, located on the impressive canyon of the Urubamba River in the foothills of the Nevado Salkantay, in the Apurímac valley, in the province of La Convencion in Cusco, considered an Inca urban center with common features, It does not have the appropriate or pertinent promotion according to its natural and cultural importance.

Keywords: Archaeological Park, advertising, tourism, strategic alliances

I. INTRODUCCIÓN

En muchos años el turismo ha crecido considerablemente con una extensa diversificación, convirtiéndose el aspecto económico y cultural con un crecimiento rápido en todos los países del mundo teniendo cada lugar innumerables destinos de mucha atracción natural y arquitectónica convirtiéndose en un factor de progreso socioeconómico importante. En la actualidad todos los países avanzados; así como los que están en vías de desarrollo como el Perú y otros de América Latina se han visto beneficiados por el turismo no solo en términos económicos sino también de empleo.

La Organización Mundial del Turismo (2016), en un documento denominado “Recomendaciones sobre estadísticas de Turismo”, refiere que años atrás el turismo se centraba más en las características y condiciones de los visitantes, así como en el motivo de su visita y otros factores más que se centraban fundamentalmente en el turista, en la actualidad existe una real conciencia lo que significa el turismo en la economía de los países como el valor añadido, empleabilidad, ingresos personales e ingresos para el mismo estado referente a sus divisas.

Hoy en día el turismo tiene un papel trascendental de suma importancia en la economía de nuestro país, sin embargo, hay un factor principal que no se está utilizando de manera adecuada, es el desconocimiento acentuado de los lugares turísticos por parte de los visitantes por no existir medios suficientes de orientación turística ni los medios necesarios para dicho fin que impide agilizar un crecimiento más sostenido y acelerado del turismo en el Perú.

Sin embargo, al ser el turismo una actividad productiva que genera desarrollo económico, varios territorios le están dando la importancia necesaria con programas de difusión y mejora al acceso a los lugares más visitados, así mismo realizan alianzas estratégicas o convenios con los gobiernos locales regionales, nacionales, empresas operadoras del turismo y empresas de transporte, puesto que la actividad turística como fenómeno económico tiene un efecto de crecimiento para las economías locales y personales.

El rápido avance de las tecnologías de información y comunicación también es un desafío para el turismo ya que se acortan las distancias, surgiendo otros destinos que se encuentran más alejados, dicho desafío indudablemente permite el empleo

de nuevas estrategias de promoción turística acorde con la innovación y el emprendimiento empresarial.

El crecimiento de los lugares turísticos provoca definitivamente una competencia entre la actividad turística de un destino ya conocido y otro en particular, para ello es necesario promocionar convenientemente el destino turístico acorde con los avances de la tecnología de información y comunicación no olvidándonos primordialmente de que los lugares a promocionar cuenten con los servicios básicos como son la infraestructura, planta turística, ATM, entre otros; en muchos casos no ocurre como por ejemplo en el Parque Arqueológico de Choquequirao del distrito de Santa Teresa del departamento del Cusco, puesto que este destino turístico tiene riqueza histórica y cultural que le hace inmensamente atractivo.

En cuanto a la promoción de destino, se define como el uso consciente de la publicidad y el marketing para comunicar imágenes selectivas de las localidades o zonas geográficas específicas para un público objetivo” (Giles et al, 2013).

Por lo tanto, la promoción turística es un factor de mucha importancia para hacer conocer un destino turístico con todos sus atractivos ya sean naturales, geográficos, históricos o arquitectónicos, para ello se debe emplear estrategias adecuadas acorde con el avance de las tecnologías de comunicación. Dicha promoción debe ir acompañada de estrategias de marketing digital para que así tenga un mejor posicionamiento y pueda llegar con facilidad al turista (Andrade, 2016).

Los países que han visionado al turismo como un factor decisivo en el desarrollo de su economía cada año gastan enormes sumas de dinero en actividades de marketing y promoción con el fin de promocionarse y promocionar sus destinos turísticos, visitan las ferias internacionales de turismo, utilizan folletos turísticos informativos impresos y llevan a cabo campañas de comunicación en diferentes medios de comunicación como periódicos, televisión, internet y otros (Campo & Álvarez, 2013).

La promoción turística tiene elementos o aspectos fundamentales que no deben faltar sin considerar el orden de prioridad son la publicidad, los atractivos turísticos y las relaciones públicas o alianzas estratégicas (Ortigoza y Gómez, 2011).

En el “Plan Estratégico Nacional de Turismo - PENTUR 2012-2021” en sus documentos de estudios in situ indica los defectos principales de la actividad turística que se evidencia en la limitada calidad y capacidad de los servicios y planta turística que ofertan las empresas de este rubro, así como la poca importancia a la actividad turística de los gobiernos tanto locales, regionales como también los nacionales y a la falta de profesionales especializados y capacitados en turismo lo que no permite tener una adecuada gestión turística asociado a la ausencia de un sistema de información integral de la realidad turística del país.

En cuanto a la promoción turística de este sitio arqueológico, se cuenta con una página web que permite comunicar los atractivos turísticos y todos los sucesos del día a día. También existe una publicidad radial, audiovisual y escrita que se hace generalmente días previos a los feriados principales y/o semanas largas.

Las investigaciones sobre promoción turística en el país son muy pocas en comparación a otros países donde es un tema transversal y compromete a muchos sectores como economía, gobiernos locales, regionales y al mismo gobierno. Al respecto Darbellay y Stock (2015) indican que la investigación del turismo es compleja e interdisciplinaria, sin que puedan existir límites sobre las temáticas o tópicos objeto de estudio. Es por ello que nuestro interés de realizar el presente tema de investigación.

Ante este contexto nos formulamos el siguiente problema general:

¿Cómo es la promoción turística en el Parque Arqueológico de Choquequirao?

Y los siguientes problemas específicos:

- ¿Cómo se encuentra la publicidad turística para promocionar el Parque Arqueológico de Choquequirao?,
- ¿Son conocidos los atractivos turísticos del Parque Arqueológico de Choquequirao? y
- ¿Cómo son las relaciones públicas o alianzas estratégicas para la promoción turística del Parque Arqueológico de Choquequirao?

La presente investigación se justifica porque es necesario determinar y analizar la promoción turística del parque arqueológico en referencia, puesto que por su importancia histórica y cultural debe ser uno de los sitios turísticos de suma importancia para el Perú y el mundo y así poder proponer opciones de solución

para contribuir a la afluencia de la actividad turística de esta parte del país y así también propiciar la mejora de la calidad de vida y de los ingresos de la población para el aprovechamiento de sus recursos.

El presente trabajo de investigación se enfoca a la promoción turística del Parque Arqueológico de Choquequirao con la finalidad de incrementar el flujo de turistas tanto nacionales como internacionales, brindando así mismo mayor empleo para las zonas de los alrededores y generando ingresos económicos a las familias y que un porcentaje vaya en beneficio de la comunidad, al fomentar la promoción turística que puede ser a través de diferentes medios de comunicación, redes sociales y/o folletos se estará dando a conocer una nueva alternativa para visitar y que no solo se enfoque en destinos ya conocidos, así mismo esta investigación tiene como fin dar a conocer todo lo que tiene el Parque Arqueológico de Choquequirao a partir de un turismo de naturaleza por su hermosos paisajes que se visualizará en todo el trayecto, un turismo de aventura porque para llegar se requiere de un buen físico para la larga caminata que se realiza, que para los de turismo le llamamos “Trekking”, un turismo cultural debido a la historia que tiene, con todo ello generamos un intercambio de culturas fortaleciendo la riqueza cultural e histórica, por tanto la promoción turística debe contar con estrategias de promoción que ayude a fomentar y posicionar a este destino como una alternativa de lugares a visitar.

Así mismo nos planteamos el siguiente: objetivo general: analizar la promoción turística del parque arqueológico de Choquequirao; y los siguientes objetivos específicos: determinar cómo se encuentra la publicidad turística del parque arqueológico de Choquequirao, indicar los atractivos turísticos del parque arqueológico de Choquequirao para una adecuada promoción y precisar las relaciones públicas o alianzas estratégicas para la promoción turística del parque arqueológico de Choquequirao.

A la presente investigación no le corresponde hipótesis porque es de tipo descriptiva, la información se recolectó sin alterar el comportamiento de las variables, asimismo se señalaron los datos que fueron obtenidos y la naturaleza precisa de la población de donde estos fueron extraídos (Hernández, Fernández y Baptista, 2016).

II. MARCO TEÓRICO

La investigación se basa en los siguientes antecedentes:

Arauco (2018) en su tesis de licenciatura de la Universidad Norbert Wiener (Perú) titulado: “Promoción de los atractivos turísticos del distrito de Matucana”, teniendo como finalidad proponer un plan de promoción turística con una metodología mixta empleando el enfoque cualitativo y cuantitativo para el acopio de información e indicarlos numéricamente con comentarios descriptivos. El autor concluye en una propuesta de diseñar un plan pertinente a la promoción turística con la finalidad de dar a conocer y aumentar la demanda de visitantes a Matucana realizando capacitaciones, así como charlas de concientización a todos los pobladores y colaboradores de la municipalidad distrital.

La conclusión de la presente investigación tiene importancia en la promoción turística, puesto que propone un plan adecuado de esta actividad para hacer conocer el sitio turístico y de esta manera incrementar su demanda.

Valverde (2017), en su tesis para obtener la licenciatura de la Universidad Privada Juan Mejía Baca de Chiclayo (Perú) titulada: “Plan de promoción turística para el incremento de la afluencia de turistas en el Refugio de Vida Silvestre Laquipampa-Incahuasi”. Su objetivo general fue diseñar un plan de promoción turística para elevar la afluencia turística en el marco de una investigación cuantitativa, con un diseño no experimental transversal-descriptivo. Para la recolección de datos se utilizó la entrevista y encuesta aplicada a una población de 50 visitantes del lugar que generalmente eran estudiantes de institutos y universitarios, asimismo a los profesionales de las especialidades de biología, turismo y ciencias de la comunicación; concluyendo que el plan formulado contribuiría a incrementar la afluencia de los turistas a dicho refugio de vida silvestre.

La presente investigación pondera que el diseño y aplicabilidad de un plan permitirá aumentar la demanda turística del refugio materia de la investigación, lo que evidencia la importancia que tiene las propuestas de planes de promoción turística.

Zúñiga (2017) en su tesis de licenciatura de la Universidad Andina del Cusco (Perú), titulada: “Promoción de los atractivos turísticos del distrito de Vilcabamba

provincia de la Convención para promover la demanda turística 2017”. La investigación fue de tipo descriptivo correlacional con diseño no experimental y tenía como objetivo diagnosticar el nivel de promoción de los atractivos turísticos de Vilcabamba de la provincia de Convención para así promover la demanda turística, para la toma de datos se utilizó la encuesta aplicando a una muestra de 95 turistas. Las conclusiones más importantes de la presente investigación indican que la promoción de los atractivos turísticos es regular porque alrededor del 65% no conocen los atractivos turísticos del distrito, y aproximadamente la tercera parte de los encuestados afirman que la promoción de los atractivos turísticos debería ser por radio y televisión.

La presente conclusión se debe tomar en cuenta puesto que nos muestra una realidad latente en cuanto a la actividad turística en nuestro medio, que es la total falta de promoción de la mayoría de los atractivos turísticos de nuestro país mermando de esta manera el desarrollo económico de muchos lugares que con una buena promoción serían destinos turísticos atractivos en todo el mundo.

Arias (2019), en su tesis de licenciatura de la Universidad Privada Antenor Orrego de Trujillo (Perú) titulada: “Estrategia de marketing experiencial y la demanda turística del Complejo Arqueológico “Huacas De Moche” Distrito De Moche – 2019”. La investigación ha tenido como objetivo determinar la relación entre la demanda turística del complejo arqueológico y la estrategia de marketing experiencial, con un tipo de investigación correlacional y con un diseño descriptivo-transversal, para la toma de datos se utilizó cuestionarios, los cuales fueron aplicados a un ejemplar de 382 turistas. La conclusión del presente estudio indica que existe relación entre marketing experiencial y demanda turística del complejo arqueológico “Huacas de Moche”.

La conclusión tiene real importancia puesto que el marketing experimental como un proceso compacto de una serie de factores que involucra al producto, precio y promoción fundamentalmente tiene relación directa con la demanda turística, es por ello que el marketing en general es un factor importante para potenciar el turismo de cualquier lugar del país.

Sifuentes (2015) en su tesis para obtener la licenciatura de la Universidad Nacional de Trujillo (Perú) titulada: “Promoción turística y demanda turística del

sitio arqueológico Marcahuamachuco, Región La Libertad”; el objetivo de la investigación fue determinar la relación que existe entre la Promoción Turística y la evolución de la Demanda Turística; para la toma de datos se aplicó dos encuestas, una a 9 trabajadores y la otra a 89 turistas visitantes al sitio arqueológico. Como resultado se tiene que se han logrado los objetivos propuestos confirmando así la validez de la hipótesis por lo que se demostró que si existe una relación directa y positiva entre la promoción turística y la evolución de la demanda turística y como conclusión se tiene que la promoción turística está en el nivel de regular por la ausencia de una adecuada gestión, sin embargo, la demanda turística es buena sobre todo por la difusión boca a boca de los turistas visitantes.

La conclusión de este investigador reiteró que en muchos lugares la promoción turística no es de la mejor, adolece de una serie de factores importantes que se relaciona directamente con la gestión de los responsables de esta actividad y que recae con mayor peso a los gobiernos locales y regionales.

Masip (2017) en su tesis de licenciatura de la Universidad de les Illes Balears (España) titulada “El marketing experiencial como estrategia de diferenciación; caso práctico Es Refugi”, investigación de enfoque cualitativo, concluyó que el marketing experiencial es un instrumento clave para las empresas como estrategia de diferenciación eficiente y eficaz para el cumplimiento de los objetivos organizacionales, dicho marketing se relaciona con las emociones donde la creación hace posible la expansión de producto juntamente con las experiencias nuevas de los clientes locales y de los visitantes.

Este estudio da importancia al marketing experiencial como es el caso de Arias (2019), considerándolo una herramienta de suma importancia para el cumplimiento de todas las metas y objetivos organizacionales.

Femenia (2016) en su tesis de licenciatura de la Universidad de les Illes Balears (España) titulada “Determinantes de la demanda turística: el caso de las Islas Baleares”, la investigación fue de enfoque cualitativo, en el presente estudio se concluye que los principales determinantes de la demanda turística es la renta per cápita del sitio de origen, es decir, países con grandes ingresos económicos personales hace crecer la demanda turística, así mismo el precio de los viajes si

son muy elevados desalienta a muchos a visitar sitios turísticos que se asocia con la distancia y lo agreste que puede ser los viajes. También suele ser un factor de la demanda el diferente idioma que tiene un país de origen y de destino y del mismo modo las condiciones climáticas que puede ser un impedimento para las visitas y no se debe dejar de lado las convulsiones sociales que existe en diferentes países en vías de desarrollo y la inseguridad ciudadana.

Ollague (2016), en su tesis de licenciatura de la Universidad de Guayaquil (Ecuador) titulada: “Plan de promoción turística para la Comunidad Punta Diamante de la Parroquia Chongón del Cantón Guayaquil”, teniendo como objetivo diseñar un plan de promoción turística para la comuna; la investigación fue bibliográfica, documental y de campo, para la toma de datos se utilizó una encuesta dirigido a 385 personas entre visitantes del paradero turístico y residentes del lugar. La autora concluye que la comuna posee una riqueza natural en flora y fauna en la cual se puede realizar actividades turísticas como el ecoturismo, recreación y deporte normal y de aventura, pero hasta el momento no ha sabido posicionarse como un lugar importante de destino turístico por la ausencia de servicios turísticos adecuados a las necesidades de los visitantes; la promoción a través de impresos por medios diferentes es más atractivo y visible, así como por medios audiovisuales como la radio y la televisión permitirá que todos los visitantes escuchen y vean sobre las bondades de los atractivos turísticos que brinda Punta Diamante, por ello es necesario promover el turismo para que los pobladores mejoren su condición de vida incrementando sus ingresos económicos en actividades complementarias al turismo tomando conciencia también sobre la importancia de la preservación y conservación de los recursos naturales.

Referente a la promoción turística, se refiere a una actividad cuya finalidad fundamental es la información, así como la persuasión e influencia sobre los visitantes a los sitios turísticos a través de acciones como es la publicidad, promoción y otras que tienen que ver directamente con el marketing. En la promoción turística se debe explorar el papel de la imagen de destino es de vital importancia para la promoción de destinos turísticos como estrategia de motivación y de posicionamiento (Nicoletta & Servidio, 2014).

La promoción turística se orienta especialmente a la promoción de acuerdo a la demanda del mercado de más rentabilidad, así mismo diversifica la oferta turística dando a conocer los pormenores y virtudes del producto en todas las vertientes como es el caso de productos complementarios que se refiere a la gastronomía, artesanía, arte entre otras.

Para una adecuada promoción es necesario una gestión innovadora y acertada del marketing asociada a una pertinente administración y planificación anticipada y proyectiva sin descuidar la capacitación y educación turística a los operadores y pobladores en general.

La planeación de la promoción turística se centra en el establecimiento de metas y objetivos visibles y alcanzables del programa de promoción definiendo a los posibles consumidores, los medios publicitarios y el presupuesto de todas las actividades con la finalidad de calcular al final la rentabilidad del proceso (Coutin, 2010).

En el Perú el ente oficial de la promoción turística a nivel nacional e internacional, es "PromPerú-Comisión de Promoción del Perú". PromPerú cuyo objetivo principal es la promoción, dirección, evaluación y ejecución de las políticas del turismo interno y receptivo a nivel nacional atendiendo así mismo la política y objetivos sectoriales.

Todas las empresas de turismo tienen la necesidad ineludible de realizar promoción con aciertos en unas más que en otras, ya que hoy en día en este mundo globalizado y competitivo, los consumidores se encuentran con una gran demanda de productos similares y optan por el más seguro, óptimo y de menor costo y de esta manera se convierten en clientes cautivos por el buen servicio.

En la actualidad los clientes no solo se contentan con satisfacer sus necesidades físicas elementales, sino que se encaminan hacia la satisfacción de sus deseos donde muchos de ellos destinan mucho más recurso a la satisfacción de deseos que a la satisfacción de sus necesidades básicas, es por ello que los programas de promoción deben tomar decisiones atendiendo a las preferencias, necesidades y expectativas de los consumidores.

En toda promoción debe primar la objetividad, la verdad y la sinceridad y así poder saber si la promoción que se brinda es la adecuada para que el turista se

sienta satisfecho al visitar el lugar y poder recomendar con sus experiencias vividas (Capillo y Costa, 2016).

Así mismo se debe considerar que la imagen general del destino turístico, las motivaciones y la procedencia del turista influyen en las actitudes de lealtad al destino así como en la intención de convencer a familiares y amigos, participar en blogs y webs (Álvarez, 2015).

Para el presente estudio consideramos como dimensiones de la promoción turística a la publicidad, atractivos turísticos y a las relaciones públicas.

Publicidad turística. La publicidad es el proceso mediante el cual se hace conocer un mensaje comercial de un producto o servicio, donde dicho mensaje no es personal (Mayorga y Araujo, 2013).

Podemos indicar por lo tanto que la publicidad es considerada como una actividad pagada por medios de comunicación e información para lograr convencer y persuadir a los consumidores de un producto (O'Guinn, 2005).

La publicidad, pasando a la traducción de la lengua inglesa es "advertising", se considera una herramienta indispensable en el marketing comercial sobre todo en las promociones dirigidas por empresas privadas o públicas, personas naturales o jurídicas con la finalidad del cumplimiento de algún objetivo empresarial que en suma es la rentabilidad realizando diversas actividades sobre todo mensajes audiovisuales y escritos apoyados especialmente por las tecnologías de comunicación e información para atraer a los clientes a algún destino turístico.

Los mensajes en una publicidad deben estar bien definidos en su contenido, ello implica que debe tener propiedades y aspectos de cambiar el comportamiento psicológico de los clientes o usuarios persuadiendo las formas de comportamiento para atraer a los destinos indicados.

Los mensajes en una publicidad deben relacionar la imagen de los destinos turísticos con sus componentes separados, con las motivaciones que tiene el turista y con las conductas futuras a que da lugar la imagen, tanto para volver o no a consumir dicho producto turístico o a volver al destino, como para comunicarlo y animar a familiares y amigos (Díaz et al, 2013).

Es preciso comentar que la publicidad es una herramienta tradicional de la promoción y que esta puede ser un medio para educar a los turistas antes de su

desplazamiento al sitio informando sobre los comportamientos adecuados de los turistas en los destinos turísticos a través del uso de imágenes y consignas que hacen hincapié en la importancia cultural, espiritual, natural y de conservación de un lugar (Ely, 2013).

También las personas son medios de publicidad y se considera como marketing “boca-oreja” y justifica al decir que los consumidores interactúan con otros consumidores utilizando la propia red social de la organización de turismo, permitiéndoles el intercambio de información, datos, experiencias y confiabilidad, o sea sirviendo como fuente para tomar decisiones (Pesonen, 2015)

La publicidad turística, como toda publicidad en general, está direccionada a generar ganancias por medio de anuncios o campañas que hagan atractivos a los servicios, y tratan siempre de que el cliente potencial se convierta en real al instante de hacer uso de ellos.

Toda publicidad tiene como objetivo primordial la información de la promoción, pero al mismo tiempo debe mantenerse elementos de prestigio y de motivación para la prevalencia de la conducta a largo plazo como un aspecto de contingencia en épocas de poca demanda, para ello es necesario mantener la imagen permanentemente del producto y de las marcas turísticas (Ramírez, 2006).

Las empresas operadoras del turismo también deben utilizar diversos medios de comunicación como son medios escritos como folletos, medios audiovisuales, revistas, redes sociales y otras herramientas del internet (Kotler, Bowen, Makens, Moreno y Paz, 2004).

Toda publicidad busca identificar los destinos turísticos que tiene mayor acogida por los turistas ya que hoy en día la tecnología ha avanzado mucho y las empresas lo han sabido aprovechar y utilizar los instrumentos como son los medios de comunicación, redes sociales inclusive el cine (Castillo y Castaño, 2014) .

Los medios por los cuales se presenta la publicidad son:

Internet: Esta herramienta masiva de comunicación tiene una importancia fundamental en la publicidad, donde las empresas presentan no solo imágenes o sonidos, sino fundamentalmente videos de los atractivos turísticos que puede tener un destino. Utilizando el mecanismo de búsqueda de Google en muchos

destinos turísticos se han hecho conocidos siendo los sitios Web criterios de maximización para la demanda turística (OMT, 2014).

En Internet los consumidores están siempre inmersos en diversos ambientes y contextos de forma interconectada y dinámica, y por lo tanto las estrategias de promoción deben ser coordinadas e integradas pues cada una producirá resultados diferentes (Torres, 2014).

Los sitios Web para la promoción turística deben estar bien diseñadas para ofertar a los usuarios la búsqueda de los destinos en menor tiempo y con el menor esfuerzo posible, es por ello cuando un usuario solicita información sobre destinos turísticos en las páginas Web deben ser ágiles, completas y sobre todo motivadoras (Nabout, Skiera, Stepanchk & Gertmeier, 2012).

En cuanto a la promoción en medios sociales, las estrategias y los esfuerzos en la promoción están centrados sobre todo en el mercado online dando importancia al dominio y seguridad de la búsqueda (Xiang & Pan, 2013).

La utilización de los medios o redes sociales por parte de los gobiernos es muy poco por no decirlo casi nulo, por el poco interés que tienen en algunos destinos no muy conocidos pero que encierran mucha riqueza natural y cultural; los medios y redes sociales más utilizados por los países más desarrollados son Facebook, Twitter, Youtube, Flickr, Forum o Tópicos, TripAdvisor, MySpace, blogs, Koprol, Plurk, Plaxo, Wayn, entre otros (Dwivedi, Yadav & Venkatesh, 2012).

Uno de los problemas de utilizar este medio importante de promoción es que los operadores turísticos aún no comprenden las nuevas tecnologías de comunicación, en especial las redes sociales, y no se preocupan por la credibilidad de la información online, el uso indebido y poco ético de la sobrecarga de información inútil y la falta de habilidad para el manejo de la herramienta, entre otras (Milano, Baggio & Piattellib, 2014)

La televisión: Medio de comunicación de suma importancia que presenta al público imágenes y sonido facilitando la presentación del producto o servicio favoreciendo verdadero impacto en el público televidente.

La radio: Es un medio que llega masivamente al público mucho más que la televisión por su menor costo y por su comodidad para manejarlo y que ofrece una cobertura y accesibilidad más amplia.

Los diarios: Son medios que últimamente no son muy operativos en el proceso de promoción sobre todo por ser limitado en el tiempo que son desechados una vez que son leídos, es decir, su impacto solamente es oportuno en un tiempo muy estrecho.

Las revistas: Este medio escrito tiene la característica de tener más calidad que los diarios por lo tanto son mucho más persuasivos que los diarios.

Folletos y volantes: Son medios de un costo menor que los anteriores, sin embargo, algunos sectores de los clientes no tienen mucha credibilidad por la exageración de algunos de ellos en la oferta de los servicios.

Los folletos se consideran una gran fuente de información turística que incluyen contenido visual especializado y representan la descripción formal de los activos turísticos, además influyen en la formación de imágenes del destino mental en los turistas (Nicoletta & Servicio, 2012).

La vía pública: En estos últimos tiempos la vía pública es utilizada permanentemente para la publicidad que generalmente están ubicadas en espacios de mucha concurrencia del público como mercados, paraderos de unidades móviles, sean terrestres o aéreos inclusive en las paredes y viviendas previa autorización de los propietarios.

Generalmente las empresas encargadas de la publicidad encargan a las agencias de publicidad o diagramadores de publicidad para crear sus anuncios publicitarios, donde los expertos en diseños realizan verdaderas obras de arte con una serie de animaciones y técnicas de última generación que impactan y cautivan a los consumidores al momento (O'Guinn, 2005)

Atractividad natural y cultural. Todo atractivo turístico es un lugar, sitio o hecho que genera interés y curiosidad y que es diferente a las experiencias que la persona tiene y que motiva a tomar la decisión de su visita. (Pérez y Merino, 2016).

La atractividad está asociada a diferentes factores, en algunos casos se refiere a atractivos por su riqueza histórica, en otros está dada por la belleza natural, además más allá de sitios físicos, materiales y palpables, existen atractivos turísticos como es la gastronomía, el arte y una serie de ofertas de eventos culturales.

Todo atractivo denominado también producto turístico inmerso en la actividad turística es de importancia fundamental para el crecimiento de la demanda turística local, nacional e internacional. Los expertos del turismo indican que los servicios se deben considerar un medio y no un fin partiendo del contexto motivacional para influir en la toma de decisiones de una persona hacia el turismo considerando que ninguna persona hace turismo para ir a dormir en un hotel, para comer comidas conocidas en un restaurante o para viajar en bus a lugares cercanos, aunque dichas actividades son productos del servicio básico consumidos habitualmente por todos los turistas. Lo que debe importar es que si bien es cierto el turista compra los servicios turísticos para resolver dichas necesidades descritas anteriormente (dormir, comer y trasladarse), su verdadero interés y/o motivación es poder realizar otras actividades y tener nuevas experiencias (Mc Intosh, 1983).

La atraktividad está estrechamente relacionado al destino turístico que presenta características naturales, históricas y culturales independientemente de las atracciones de otros sitios que son reconocidas por todos los visitantes potenciales y que lo respetan como patrimonio atrayendo permanentemente a visitantes (Bigné, Font y Andreu, 2000).

Respecto al presente estudio, el Parque Arqueológico de Choquequirao, es un atractivo turístico por su riqueza histórica, cultural y geográfica que se encuentra situado a 3,103 m.s.n.m. en un lugar privilegiado, yace en el valle del Apurímac, sobre el impresionante cañón del río Urubamba en las estribaciones del nevado Salkantay, en la provincia de la Convención en Cusco, Perú.

Choquequirao es un centro urbano incaico con rasgos bastante comunes a otros del Cusco, especialmente a Machu Picchu. La semejanza con Machu Picchu se debe en la mayor parte al parecido de la geografía del lugar donde se ha construido el recinto.

Según otras investigaciones, Choquequirao también sería un centro ceremonial y una fortaleza. Lo cierto es que por su ubicación oculta en una alta y lejana montaña; ha sido un punto estratégico para diversos fines.

Choquequirao posee numerosos edificios incas donde los más importantes son de cuarcita, los cuales fueron cortados con gran detalle. El resto de paredes están

hechas de piedra bruta y cubiertas de arcilla tanto al interior como el exterior. La antigua ciudad de Choquequirao cuenta con dos plazas principales, canales, almacenes, templos, fuentes, talleres, residencias de élite y entre otras más comunes.



Nota. Fotografía del Parque Arqueológico de Choquequirao [Fotografía], 2021.

Las relaciones públicas, en común, son acciones que realizan las organizaciones con sus pares con el fin de influenciar en el mercado mediante el intercambio de opiniones, que permiten favorecer la imagen empresarial en la comunidad. Tradicionalmente las relaciones públicas empresariales fueron desarrolladas desde un área ajena a la de marketing lo que origina dar más importancia a la imagen de la empresa en todo su contexto descuidando sus ventas (Mayorga y Araujo, 2013).

Hoy en día las relaciones públicas van de la mano con el marketing empresarial con la finalidad de dar una mejor imagen a la empresa y asegurar las ventas de sus productos o servicios que es uno de los objetivos principales de toda organización.

Para muchos expertos estas relaciones publicas en el mundo del turismo también se pueden denominar alianzas estratégicas que son acuerdos entre dos

empresas que permiten compartir ideas, anhelos, propósitos o recursos para lograr objetivos comunes. En las alianzas estratégicas las empresas tienen plazo determinado y no se unen para formar una sola empresa, sino que permanecen separadas conservando su autonomía (Castro, 2002).

Las alianzas estratégicas se realizan generalmente cuando las empresas quieren aumentar su competitividad y tener vigencia y permanencia en el mercado y ello ocurre especialmente con empresas de menor volumen que tienen serias dificultades para crecer y se asocian en forma conjunta con otras de mayor volumen.

En turismo, generalmente los que administran los destinos turísticos son los gobiernos locales, que realizan alianzas estratégicas con agencias de turismo nacional o internacional, así como con las líneas aéreas y terrestres.

Las herramientas principales en las relaciones públicas del marketing promocional son:

Publicaciones: Las empresas utilizan herramientas de comunicación con la finalidad de influir en sus mercados objetivos, en ese sentido se tiene publicaciones escritas como folletos, revistas, artículos, materiales audiovisuales entre otros (Kotler et al. 2004).

Acontecimientos: Las empresas atraen la atención hacia sus nuevos servicios o actividades por medio de actividades especiales como eventos gastronómicos, ferias artesanales, espacios artísticos y culturales, también se tiene conferencias de prensa, seminarios, paseos campestres, pasantías, sorteos, eventos deportivos de confraternidad (Kotler et al. 2004).

Noticias: Es una actividad de importancia que permite a los especialistas de relaciones públicas encontrar o crear noticias que levanten la imagen empresarial ponderando a sus productos y colaboradores. La creación de noticias necesita de una investigación previa del hecho o fenómeno a difundir especialmente mediante un artículo de prensa.

Declaraciones públicas. Se refieren generalmente a discursos para difundir el conocimiento de la empresa referente a sus fortalezas y servicios que presta. (Kotler et al. 2004).

Actividades de servicio al público: Esta herramienta está relacionada con la responsabilidad social de la empresa en torno a la solidaridad en causas de interés general que permiten el sostenimiento de actividades de servicio público que pueden ser donaciones monetarias o productos para resolver un problema social emergente que afecta a los miembros de una comunidad. También a esta actividad se denomina marketing de causas sociales que hoy en día un número considerable de empresas utiliza para contribuir con el bienestar social (Kotler et al. 2004).

Identidad de la imagen visual y presentación: Es necesario que al abarcar muchas relaciones públicas no se pierda el espíritu y la cultura empresarial de la marca que debe ser visible, porque muchas veces las relaciones pueden crear confusiones y se pierda la identidad institucional, es por ello que se debe propiciar permanentemente la identidad visual de la marca mediante tarjetas, logotipos, símbolos, entre otros (Kotler et al. 2004).

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

La presente investigación es de tipo básico puesto que hace referencia a enunciados de los principios o creencias que determinan la efectividad de distintos hechos investigados que nos llevó a la búsqueda de nuevos conocimientos recogiendo información de la realidad para enriquecer las teorías conocidas (Sánchez y Meza, 2017).

Del mismo modo el enfoque es cualitativo, porque evaluó el desarrollo natural de los sucesos sin manipular la variable, ni estimulación de la realidad proporcionando profundidad a la investigación en base al análisis racional explorando, describiendo y examinando la información con la finalidad de sacar conclusiones acerca del fenómeno estudiado (Hernández et al. 2014)

Dentro del enfoque de una investigación cualitativa el diseño es fenomenológico, que se refiere a la exploración, descripción e interpretación de las experiencias de los participantes en relación a un hecho o fenómeno revelando componentes similares en base a las vivencias, explicando los alcances en los que estamos inmersos en nuestra vida cotidiana (Sandin, 1992)

3.2 Categorías, subcategorías

Las categorías de la investigación son publicidad, relaciones públicas y la atraktividad natural y cultural.

Las subcategorías de la investigación son:

Publicidad: Publicidad por Internet, publicidad audiovisual (radio y televisión) y publicidad por medios escritos como periódicos, revistas, folletos y otros.

Relaciones públicas: Alianzas estratégicas o convenios con el gobierno local, gobierno regional, con instituciones nacionales como DIRCETUR y PROMPERÚ y convenios con empresas privadas como agencias de turismo y de transporte

Atraktividad natural y cultural: Atractivos geográficos, ambientales, históricos y arquitectónicos.

3.3 Escenario de estudio

El Parque Arqueológico de Choquequirao se encuentra en una ubicación privilegiada a 3,103 m.s.n.m., sobre el impresionante cañón del río Urubamba. Se

encuentra en las estribaciones del nevado Salkantay, en el valle del Apurímac, en la provincia de la Convención distrito de Santa Teresa en Cusco, Perú.

Para llegar a dicho parque existe una vía de acceso a partir de la ciudad del Cusco tomando la carretera hacia Abancay para luego tomar un desvío en el km 154 con dirección al pueblo de Cachora. Otra vía alterna puede ser desde Abancay y recorrer unos 42 km vía terrestre hacia el Cusco y desviarse al pueblo de Cachora y desde esta localidad realizar una caminata cuesta arriba de 27 km que se puede hacer en dos días. El camino es en ascenso y se puede aprovechar para conocer hermosos lugares del valle del Apurímac como: el campamento de Chiquiska, el mirador Capuliyoc, Marampata y otros.

3.4 Participantes

Para la presente investigación los participantes fueron los turistas que llegaron a visitar el Parque Arqueológico de Choquequirao que en esta época de emergencia sanitaria tuvo un aforo de 75 turistas nacionales mensualmente, antes de la pandemia visitaban mil turistas en promedio cada mes entre nacionales y extranjeros, además se consideraron a algunos pobladores de la ciudad del Cusco y de la capital del distrito de Santa Teresa que es la ciudad de Nuestra Señora de Santa Teresa de Jesucristo Redentor que se encuentra a 1511 msnm, sobre la margen derecha tenemos el río Vilkanota, en el cerro Chilkapata. Del mismo modo se entrevistaron a los turistas, pobladores, operadores turísticos y representantes de las agencias de turismo que voluntariamente querían pertenecer al presente estudio y que ocasionalmente se les encontraba el día que entrevistamos sea en forma presencial o virtual, por lo que la muestra es de tipo no probabilístico de sujetos voluntarios de en su modalidad ocasional o casual.

Tabla 1: Matriz de codificación de informantes

Grupo de informantes clave	Número de informantes clave	Código
Turistas	3	TCH1 TCH2 TCH3
Representante de la Comunidad de Santa Teresa	2	CST1 CST2
Promotores de turismo	1	PT

Fuente: Elaboración propia

3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

El instrumento utilizado para esta investigación fue la guía de entrevista de preguntas abiertas que se desarrolló mediante una conversación amena y sin ningún tipo de presión de acuerdo a las preguntas estructuradas en base a las categorías y subcategorías de la investigación.

La presente investigación aplicará la técnica de la entrevista que permitió tener información de los participantes directamente en forma presencial y virtual sobre sus vivencias en torno a un hecho específico. Hernández, Fernández y Baptista (2014) describen a la entrevista como una reunión en donde se puede intercambiar información entre 2 partes, el investigador y un grupo de personas vinculadas a la investigación. De acuerdo con el tipo de entrevista, esta será semi-estructurada, el cual permite al investigador tener la facultad de incluir preguntas adicionales con el objetivo de adquirir más información.

Además, se aplicó la técnica de la observación que consiste en situarnos profundamente con todos los sentidos en un entorno, y mantener una función activa para rescatar detalles, acontecimientos, eventos, sucesos e interacciones que tengan relación con lo investigado. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014)

La guía de entrevista, se ha realizado de acuerdo con las variables e indicadores, de los cuales se obtuvieron preguntas que serán aplicadas a los turistas, pobladores y promotores turísticos, a través de una conversación amena y sin ningún tipo de presión de acuerdo a las categorías y subcategorías de la investigación con el de obtener una aproximación a los objetivos de la investigación.

3.6 Procedimiento

Después de elaborar el instrumento de recolección de información fue validado por tres expertos y para ello se les presentó una carpeta conformada por una solicitud de validación, la ficha de validación del instrumento y la matriz de categorización apriorística.

Seguidamente se aplicó la guía de entrevista en distintos días explicando al entrevistado el sentido de cada una de las preguntas y grabando las respuestas para luego realizar la descripción del caso. La entrevista se hizo en muchos casos

de manera virtual y en muy pocos de manera presencial cumpliendo con todos los protocolos y las recomendaciones por la emergencia sanitaria que estamos pasando.

Finalmente se realizó la sistematización de las respuestas de cada entrevistado de acuerdo con las preguntas de cada categoría, así como la unidad de análisis de la investigación para luego realizar la transcripción respectiva.

3.7 Rigor científico

El presente estudio investigativo presenta rigor científico puesto que las teorías presentadas son coherentes en sus interpretaciones, del mismo modo presenta credibilidad ya que los resultados y hallazgos son reales no tienen ningún tipo de alteración o manipulación interesada, presenta auditabilidad o confirmabilidad porque la interpretación de la información referente a los resultados es imparcial, es decir, no tiene ningún sesgo de favoritismo y finalmente presente transferibilidad o aplicabilidad porque se puede trasladar o utilizar los resultados, instrumentos y procedimientos en otros contextos.

3.8 Método de análisis de datos

Asimismo, en esta etapa de la investigación hemos buscado organizar el material recogido en el trabajo de campo con la aplicación de la guía de entrevista las que se realizaron también en forma virtual con video - llamadas las mismas que fueron grabadas, se utilizó también la estrategia de la categorización, que realiza la segmentación de información para clasificar la información, mediante una matriz de análisis de las entrevistas, la cual ayudó a interpretar el contenido de manera rápida y objetiva. Finalmente, se pudo procesar la data cualitativa vinculándolo con los objetivos de la investigación.

3.9 Aspectos éticos

La presente investigación se basó en los principios éticos fundamentales como:

Protección a las personas: La entrevista realizada a los sujetos de la muestra se realizó de manera anónima, garantizando la confidencialidad de sus respuestas, buscando la veracidad y la libre expresión. La seguridad de los entrevistados por lo tanto se encuentra resguardada, ante efectos adversos por la información brindada.

Consentimiento informado y expreso. Se contó con la manifestación voluntaria de las personas de la muestra de la investigación, para que su información que se utiliza en la elaboración de los resultados, solo sirvieron para alcanzar los objetivos del presente estudio investigativo.

Beneficencia y no maleficencia. Tratándose de una investigación cualitativa, no se considera daño alguno en la ejecución del procedimiento metodológico. Los resultados actúan como beneficio primordial al ámbito del estudio.

Integridad científica. Se mostró en todo momento rectitud y seriedad en el trabajo científico, extendiéndose al futuro ejercicio profesional; con base a las normas éticas que rigen la profesión, evaluando la presencia de algunos daños y riesgos. Las partes del trabajo de investigación se mantienen de forma integrada a los objetivos planteados.

Veracidad. Los resultados que presentamos son veraces, producto de lo expresado por los sujetos de la muestra, no son falseados ni están contaminados, los mismos que estarán a disposición de las personas entrevistadas y de todos los interesados en el presente tema de investigación, ya que se encontrará en el portal de repositorio de la Universidad.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Publicidad turística del parque arqueológico de Choquequirao

Sobre la publicidad por internet en relación a la página web y redes sociales del Parque Arqueológico de Choquequirao, no existe una página oficial y la que existe que está en el Facebook es incompleta y muchos desconocen, en Instagram existen algunos avisos muy genéricos y por poco tiempo, es decir, falta socialización por parte de los responsables de la promoción de este destino turístico que es muy importante. Respecto a la página web el turista TCH1 menciona “... desconozco si existe una página enfocada al Parque Arqueológico de Choquequirao, pero según he buscado no encuentro ninguna información de promoción turística ...”. Del mismo modo el representante de la CST1 manifiesta “...actualmente la promoción del Parque Arqueológico de Choquequirao es deficiente en vista que el parque no cuenta con una página donde se promocióne activamente...”. El promotor turístico PT, también afirma que “... estamos siempre pendientes de la información que se encuentran en las páginas web ... pero realmente desconozco si existe alguna página que promocióne el atractivo ...”.

Respecto a la publicidad por las redes sociales existe cierta publicidad muy escueta, de aspectos generales, sin trascendencia y por períodos cortos. El turista TCH1 menciona “... en Instagram he podido visualizar algunas páginas o agencias de viajes que promocionan el Parque Arqueológico de Choquequirao, ... se tiene mayor conocimiento del atractivo por parte de los turistas extranjeros quienes realizan mayor publicidad...”. El promotor turístico PT, también afirma “... he visto que ... por Facebook también se puede encontrar algo de información pero es muy escasa ...”, se afirma por lo tanto que la publicidad de la promoción turística de este destino tan importante es insuficiente, lo poco que se muestra es desconocido por turistas, representantes de la comunidad y por los mismos promotores de turismo que son los representantes de las agencias de viajes principalmente y sólo se promociona a Machu Picchu que es el destino más importante a nivel local, nacional y mundial.

En relación a la publicidad del parque arqueológico por medio de radio y televisión también es deficiente y casi inexistente, son algunas entidades del Estado que se preocupan en algo, pero siempre promocionando a Machu Picchu y casi nada a

Choquequirao. El turista TCH1 menciona “... *la publicidad sobre Choquequirao es muy deficiente, no hay mucha información de ello ni mucho menos por radio ni televisión, ...*”. El representante de la CST1 manifiesta “*Hasta el momento la publicidad por radio y televisión es pésima, no hay demasiada información en lo que respecta al Parque Arqueológico de Choquequirao*”. El promotor turístico PT, también manifiesta “... *que existan videos o sean transmitidos por televisión nacional no lo hay, por ahí que el programa Reportaje al Perú presentó ... y esto generó que, si llegarán más turistas preguntando por el destino, pero eso fue momentáneo.*”.

Se afirma por lo tanto que la publicidad audiovisual del Parque Arqueológico de Choquequirao, es deficiente, casi inexistente y con poca frecuencia lo que evidencia la falta de compromiso y responsabilidad de los funcionarios encargados de la promoción turística en el país, cayendo la responsabilidad también en la empresa privada que solo promocionan destinos turísticos que les da rentabilidad descuidando otros que potencialmente son destinos muy atractivos.

Sobre la publicidad escrita a través de los periódicos (diarios), revistas, folletos y otros también es escasa y deficiente, son pocas las agencias de viajes que presentan revistas donde se puede apreciar muy poco sobre este destino turístico y los folletos están mal diseñados inclusive con datos erróneos y faltantes. El turista TCH2 menciona “... *no hay publicidad escrita, no he encontrado un medio escrito ... salvo de algunos folletos que te dan en las agencias de viaje cuando te acercas a comprar un paquete turístico, después de eso no he visto más publicidad escrita.*” El representante de la CST2 manifiesta al respecto “*En realidad no he visto de esas revistas ni periódicos, no hay nada de eso*”. El promotor turístico PT, también manifiesta “... *como te menciono no hay demasiada información acerca del Parque Arqueológico de Choquequirao y menos vas a encontrar periódicos, encuentras tal vez folletos ... pero en otras encontrarás que solo se basan en promocionar la plaza principal, entonces la publicidad escrita también es deficiente*”.

Se afirma por lo tanto que la publicidad escrita mediante periódicos, revistas, folletos, murales y otros también es deficiente, existiendo algunos folletos mal

diseñados mostrando otros atractivos del mismo distrito de Santa Teresa, lo que muestra una vez más la realidad palpable de la poca preocupación y compromiso de los responsables de la promoción turística donde uno de sus objetivos es la revaloración de los destinos turísticos con grandes atractivos naturales y culturales que existe a lo ancho y largo del país.

4.2 Relaciones públicas o alianzas estratégicas para la promoción turística del Parque Arqueológico de Choquequirao

Sobre las relaciones públicas o alianzas estratégicas convenios con gobiernos locales y regionales para la promoción turística que son los convenios que realizan con la finalidad de promocionar el turismo de este destino, en realidad no existen formalmente, solo la Municipalidad Distrital de Santa Teresa realiza por iniciativa de sus autoridades alguna promoción y actividades de concientización para el buen cuidado del sitio arqueológico, lo que no ocurre con el Gobierno Regional de Cusco que pareciera que Choquequirao no existe. El turista TCH2 menciona *“Como turista no sé realmente si se llegan a realizar alianzas estratégicas entre instituciones, pero sí tengo entendido que ellos son los encargados de promocionar y hacer las publicidades respectivas ...”*. El representante de la CST2 manifiesta al respecto *“... han llegado representantes de la Municipalidad y nos han mostrado videos que viene realizando Promperú ... pero después de ello no hemos visto nada más, son pocas las veces que llegan a incentivar y capacitarnos sobre turismo”*.

Se afirma por lo tanto que el Gobierno Regional del Cusco poco o nada se interesa por promocionar los demás destinos turísticos de su jurisdicción que no sean Machu Picchu y el centro de la ciudad del Cuzco que si bien es cierto tienen su propio atractivo y riqueza cultural, consideramos que existen otros destinos turísticos que aún faltan por explorar y conocerlos por lo que los gobiernos locales y regionales deben promocionarlos como se merecen.

Respecto a convenios o alianzas estratégicas con instituciones nacionales como DIRCETUR y PROMPERÚ, es lamentable que DIRCETUR que es la entidad perteneciente a MINCETUR que es el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo encargada teniendo como una de sus funciones de promocionar el

turismo a nivel nacional no se preocupa por destinos turísticos distintos de Machu Picchu y del centro la ciudad del Cusco que es lo que más promociona, solo se observa que PROMPERÚ en algunas de sus páginas cuando promociona a Machu Picchu ponen como pequeños apéndices al parque arqueológico. El turista TCH1 menciona “... *por ahí he visto en ocasiones que la página de PromPerú si realiza una que otra publicidad y más aún cuando se trata de Machu Picchu es ahí donde aprovechan en colocar en una pequeña parte lo que es referente al Parque Arqueológico de Choquequirao ...*”. El promotor turístico PT manifiesta “...*en la actualidad quienes se encuentran promocionando el Parque Arqueológico de Choquequirao es PromPerú mediante videos promocionales pero que no son en gran escala o cantidad ...*”.

Por lo tanto, se afirma que el Ministerio de Comercio exterior y Turismo por intermedio de DIRCETUR que tiene una sede en la ciudad del Cuzco, no se preocupa por la promoción turística de este destino que tiene gran riqueza natural y cultural, solo PROMPERÚ, en ocasiones saca pequeños apéndices en sus páginas de promoción que generalmente hacen a Machu Picchu.

Acerca que si las agencias de turismo local, regional o nacional realizan actividades para promocionar el Parque Arqueológico de Choquequirao, no existe dicha promoción puesto que las agencias de turismo de cualquier alcance solo promocionan a lugares más cercanos y de fácil acceso descuidando la riqueza turística que tienen otros destinos que aún falta explorar y que siguen descuidando el acceso a los mismos. El turista TCH3 menciona “*No, primero te van a vender Mapi (Machu Picchu) y los tours básicos, y si tu deseas los tours opcionales recién te promocionan el lugar, pero no es algo que te ofrezcan al comienzo*”. El representante de la CST2 manifiesta “*Aquí en esta zona solo han llegado agencias de viaje de Cusco, desconocemos si viene de otras regiones.*” El promotor turístico PT manifiesta “... *somos muy pocas agencias de viajes que promocionamos el Parque Arqueológico de Choquequirao, nosotros nos arriesgamos en llevar a turistas ... en cuanto a las agencias de Lima, escuchamos que llegó una pero desconozco de cual realmente ...*”, se afirma entonces que existe mínima promoción de parte de las agencias de turismo o viajes local,

regional y nacional acerca de la promoción a este destino turístico y solo las agencias de viajes locales del Cusco lo promocionan de vez en cuando.

Respecto a que si las agencias de transporte terrestres y/o áreas tienen convenios con los responsables del Parque Arqueológico de Choquequirao para descuentos en sus servicios que ofrecen, dichos convenios o promociones no existen por ningún medio de viaje. El turista TCH1 menciona *“... No he visto ningún tipo de estos descuentos en lo que sea transportes o aerolíneas, ... para Choquequirao la verdad no”*. El representante de la CST1 manifiesta *“No, actualmente el Parque Arqueológico de Choquequirao no tiene convenios con ninguna empresa de transporte. El promotor turístico PT manifiesta “Siendo sinceros realmente no existe este tipo de estos descuentos en lo que sea transportes o aerolíneas.”, se afirma por lo tanto que no existe ningún tipo de promoción por medios de las agencias de transporte terrestre ni aéreas ofertando descuentos que sería un factor determinante para visitar Choquequirao.*

4.3 Atractivos turísticos del parque arqueológico de Choquequirao para una adecuada promoción

Referente al atractivo por el aspecto natural, el parque arqueológico es sumamente atractivo en todas sus aristas, posee belleza natural, histórica y arqueológica durante todo su recorrido. El turista TCH1 menciona *“... es atractivo en todo aspecto, uno por su belleza natural, histórica, arqueológica, y geográficamente también, ... puedes encontrar la paz y el momento adecuado que necesitas para desestresarte”*. El representante de la CST1 manifiesta *“... es un atractivo que tiene una riqueza natural y cultural ya que es un área de conservación regional”*. El promotor turístico PT manifiesta *“... es una belleza que te transmite esa paz que necesitas, ... su belleza natural y parte de su geografía que para llegar es un reto ...”*, se afirma por lo tanto que este destino turístico tiene una belleza natural que está a la par con Machu Picchu y en algunos aspectos como la paz que transmite mucho más.

En relación a la estructura arquitectónica y su riqueza histórica del parque arqueológico, tiene una riqueza incalculable por su historia por ser el último bastión incaico, así como sus ritos como el culto al agua. El turista TCH1

menciona “... su atractivo se basa en su historia porque ha sido el último refugio inca, otro es porque se encuentra ligado al imperio incaico, los altos mandos, a la religión por ejemplo el que realicen el culto al agua, culto a las llamas ...”. El representante de la CST1 manifiesta “... es visitado por la gran arquitectura y riqueza histórica ya que fue el último bastión de la resistencia inca, por ende, si tiene demasiada historia para poder contar y aún falta mucho por descubrir”. El promotor turístico PT manifiesta “... es un lugar mágico, ancestral, que perteneció al legado de los incas y que fue el último refugio inca, aparte de su magnífica estructura arquitectónica ... tiene tanta historia que contar y le acompaña lo natural que se ve”, se afirma por lo tanto que el parque arqueológico tiene una riqueza histórica y arquitectónica incalculable aún por descubrir con alta inversión que a muchos funcionarios responsables del rubro no les conviene porque con estos hechos no tienen “ganancias”.

En relación al mantenimiento del Parque Arqueológico de Choquequirao. El turista TCH2 menciona “En cuanto al mantenimiento si se encuentra conservado, lo que si le hace falta es mayor señalización preventiva y de información, y por ende también mayor publicidad”. El representante de la CST1 manifiesta “... los diferentes sectores del Parque Arqueológico de Choquequirao se encuentran bien conservados. Así mismo se sigue trabajando en diferentes sectores en la restauración de muchos recintos y terrazas en vista que Choquequirao solo está restaurado a un 35 %”. El promotor turístico PT manifiesta “Si se encuentra conservado, lo que si le hace falta es mayor señalización preventiva y de información, y por ende también mayor publicidad que queda en nuestras manos como profesionales de turismo”, se afirma que existe una cultura de conservación y mantenimiento por parte sobre todo de los pobladores porque ven en este destino turístico una esperanza para mejorar su calidad de vida y propender al desarrollo de su añorado distrito de Santa Teresa.

4.4 Promoción turística del Parque Arqueológico de Choquequirao

De acuerdo a los estudios realizados en el Parque Arqueológico de Choquequirao se puede inferir que tiene una promoción turística muy defectuosa, ya que le hace falta mayor publicidad empezando por las redes sociales, medios escritos y medios radiales – televisivos, así mismo analizando los resultados de las

entrevistas, podemos decir que el Parque Arqueológico de Choquequirao necesita de mayor apoyo por parte de las entidades públicas y privadas como son MINCETUR, DIRCETUR, PROMPERÚ y MARCA PERÚ, también se debe tener en cuenta que la parte de señalización es muy importante para que este atractivo que cuenta con demasiada atraktividad histórica y natural sea conocida por todos los habitantes, y sea parte de los tantos atractivos turísticos con los que cuenta el país.

Así mismo debemos hacer un hincapié que no solo Machu Picchu, se encuentra en

Cuzco, sino aprovechar que este nuevo atractivo que es tan semejante a la ya conocida MAPI, debería ser explotada y para ello se necesita de la publicidad y Compromiso de todos los involucrados.

DISCUSIÓN

En la actualidad el turismo es una de las actividades empresariales más rentables y amigables con el medio ambiente es por ello que la promoción turística es un factor fundamental y básico para el desarrollo sostenido de esta actividad. Los recursos turísticos se dan a través de la participación del hombre mediante las actividades culturales y costumbres tradicionales, su importancia es fundamental en la economía de nuestro país, sin embargo, hay un factor principal que no se está utilizando de manera adecuada, es el desconocimiento acentuado de los lugares turísticos por parte de los visitantes por no existir medios suficientes de orientación turística ni los medios necesarios para dicho fin que impide agilizar un crecimiento más sostenido y acelerado del turismo en el Perú.

Precisamente el problema base de la presente investigación es sobre la promoción turística del Parque Arqueológico de Choquequirao que es uno de los sitios turísticos de gran riqueza natural y cultural comparado inclusive con Machu Picchu y que no se le da la importancia debida porque aún falta mucho por descubrir y restaurarlo y de acuerdo a los resultados obtenidos existe escasa por no decir nula publicidad son ausencia de programas de difusión por todos los medios sea internet, audiovisuales o escritos, donde las entidades responsables públicas y privadas así como el gobierno local y regional también son cómplices de la poca o nula promoción a este destino que mucho lamentamos, lo que no

ocurre con otros destinos turísticos donde sus autoridades dan la importancia necesaria con programas de difusión y mejora al acceso a los lugares más visitados, así mismo realizan alianzas estratégicas o convenios con los gobiernos locales regionales, nacionales, empresas operadoras del turismo y empresas de transporte, puesto que el turismo como fenómeno económico tiene un efecto multiplicador para las economías locales y personales.

En relación al primer objetivo específico que se refiere a determinar cómo se encuentra la publicidad turística del parque arqueológico de Choquequirao dicha publicidad es incipiente en muchos casos y otras no existe por ejemplo no existe una página oficial y la que existe que está en el Facebook es incompleta y muchos desconocen, en Instagram existe algunos avisos muy genéricos y por poco tiempo, es decir, falta socialización por parte de los responsables de la promoción de este destino turístico que es muy importante, en las redes sociales existe cierta publicidad muy escueta, de aspectos generales, sin trascendencia y por períodos cortos.

También la publicidad por medio de radio y televisión es deficiente y casi inexistente, son algunas entidades del Estado que se preocupan en algo, pero siempre promocionando a Machu Picchu y casi nada a Choquequirao lo que evidencia la falta de compromiso y responsabilidad de los funcionarios encargados de la promoción turística en el país, cayendo la responsabilidad también en la empresa privada que solo promocionan destinos turísticos que les da rentabilidad descuidando otros que potencialmente son destinos muy atractivos. Igual ocurre con la publicidad escrita a través de los periódicos (diarios), revistas, folletos y otros también es escasa y deficiente, son pocas las agencias de viajes que presentan revistas donde se puede apreciar muy poco sobre este destino turístico y los folletos están mal diseñados inclusive con datos erróneos y faltantes.

Referente al segundo objetivo específico que indica precisar las relaciones públicas o alianzas estratégicas para la promoción turística del Parque Arqueológico de Choquequirao que se refieren a los convenios que se realizan con la finalidad de promocionar el turismo de este destino, con gobiernos locales y regionales en realidad no existen formalmente, solo la Municipalidad Distrital de Santa Teresa realiza por iniciativa de sus autoridades alguna promoción y

actividades de concientización para el buen cuidado del sitio arqueológico, lo que no ocurre con el Gobierno Regional de Cusco que pareciera que Choquequirao no existe, con instituciones nacionales como DIRCETUR y PROMPERÚ, es lamentable que DIRCETUR que es la entidad perteneciente a MINCETUR que es el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo encargada de promocionar el turismo a nivel nacional no se preocupa por destinos turísticos distintos de Machu Picchu y del centro la ciudad del Cusco que es lo que más promociona, solo se observa que PROMPERÚ en algunas de sus páginas cuando promociona a Machu Picchu ponen como pequeños apéndices al parque arqueológico.

Acerca que si las agencias de turismo local, regional o nacional no realizan ninguna actividad para promocionar el Parque Arqueológico de Choquequirao, puesto que las agencias de turismo de cualquier alcance solo promocionan a lugares más cercanos y de fácil acceso descuidando la riqueza turística que tienen otros destinos que aún falta explorar y que siguen descuidando el acceso a los mismos, por lo que se evidencia que existe mínima promoción de parte de las agencias de turismo o viajes local, regional y nacional solo las agencias de viajes locales del Cusco lo promocionan de vez en cuando. Del mismo modo las agencias de transporte terrestres y/o áreas no tienen convenios con los responsables del Parque Arqueológico de Choquequirao para descuentos en sus servicios que ofrecen que sería un factor determinante para visitar el lugar.

Acerca del tercer objetivo específico que se refiere a indicar los atractivos turísticos del parque arqueológico de Choquequirao para una adecuada promoción, los resultados indican que el parque arqueológico es sumamente atractivo en todo aspecto, uno por su belleza natural, histórica, arqueológica, es muy hermoso para poder conocerlo y tomarse el tiempo para viajar de paso que se hace ejercicios con una extensa caminata pero al final vale la pena, es un buen lugar para desconectarse del mundo tecnológico encontrando la paz permitiendo la concentración e inspiración para la composición literaria o la pintura, también se presta bastante para el deporte de aventura como el trekking.

También el parque ofrece una excelente estructura arquitectónica e invaluable riqueza histórica por ser el último bastión incaico, así como sus ritos como el culto al agua, su estructura es perfecta y que hasta la actualidad perdura en el tiempo, es un lugar mágico, ancestral, que perteneció al legado de los incas. También la

parte descubierta o restaurada que es cerca de la tercera parte se encuentra bien conservada, lo que falta si es mayor señalización preventiva y de información, y por ende también mayor publicidad, los responsables siguen trabajando en diferentes sectores en la restauración de muchos recintos y terrazas.

Para muchos tratadistas y teóricos, la promoción turística es una actividad integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer los estímulos para el surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como el crecimiento y mejoría de la industria que los aprovecha con fines de explotación económica” (Acerenza, 1996); donde la planeación de la promoción turística se centra en el establecimiento de metas y objetivos visibles y alcanzables del programa de promoción definiendo a los posibles consumidores, los medios publicitarios y el presupuesto de todas las actividades con la finalidad de calcular al final la rentabilidad del proceso (Coutin, 2010), así mismo toda actividad promocional implica un esfuerzo de mayor inversión en el marketing como actividad principal (Kotler, 1998); donde cada país tiene ministerios e instituciones encargadas de la promoción turística en el caso de nuestro país se tiene al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

Así como a PromPerú-Comisión de Promoción del Perú cuyo objetivo principal es la promoción, dirección, evaluación y ejecución de las políticas del turismo interno y del turismo receptivo a nivel nacional atendiendo así mismo la política y objetivos sectoriales a través del aprovechamiento, mantenimiento y sostenimiento de programas de promoción, sin embargo, la promoción turística del Parque Arqueológico de Choquequirao de acuerdo a los resultados podemos indicar que es muy escasa y no se le da la importancia necesaria por ser un lugar alejado y se tiene que llegar caminando como un turismo de aventura y la afluencia de turistas no es demasiado, las autoridades locales, regionales, nacionales, así como las entidades privadas como las agencias de turismo o de viajes no aplican estrategias de promoción adecuadas y pertinentes, la publicidad es casi nula; según (Ramírez, 2006) toda publicidad tiene como objetivo principal la promoción turística, pero al mismo tiempo debe mantenerse elementos de prestigio y de motivación para la prevalencia de la conducta a largo plazo como un aspecto de contingencia en épocas de poca demanda, para ello es necesario

mantener la imagen permanentemente del producto y de las marcas turísticas, lo que no se realiza para muchos de destinos turísticos.

Existe poca identidad y compromiso de todas las autoridades para mejorar sustancialmente la ruta hacia dicho destino turístico y solo existe esfuerzos de los mismos pobladores del distrito de Santa Teresa de tener a parque bien conservado por lo que es necesario que se debe cuidar adecuadamente la atraktividad que se relaciona estrechamente al destino turístico que presenta características naturales, históricas y culturales independientemente de las atracciones de otros sitios que son reconocidas por todos los visitantes potenciales y que lo respetan como patrimonio atrayendo permanentemente a visitantes (Bigne, Font y Andreu, 2000).

También existen investigaciones realizadas que coinciden con los resultados de la presente investigación como es el caso de Zúñiga (2017), quien en su trabajo de investigación indica que de los atractivos turísticos del distrito de Vilcabamba (Cusco) es regular donde la mayoría de los turistas alrededor del 65% no conocen los atractivos turísticos del distrito, alrededor de la tercera parte de los encuestados afirman que se debería promocionar los atractivos turísticos por radio y televisión, conclusión que coincide en parte con la presente investigación donde la promoción turística es insuficiente o casi nula sobre todo la publicidad por los diferentes medios de comunicación incluido las tecnologías de información y comunicación.

Así mismo Ollague (2016), en su tesis concluye que la Comunidad Punta Diamante de la Parroquia Chongón del Cantón Guayaquil posee una riqueza natural en flora y fauna donde se puede realizar actividades turísticas como el eco turismo, recreación y deporte normal y de aventura, pero hasta el momento no ha sabido posicionarse porque la promoción turística es incipiente no existe publicidad turística necesaria por internet, audiovisual ni publicidad escrita.

Estas conclusiones también son coincidentes con los resultados de la presente investigación donde tanto turistas, pobladores y operadores turísticos opinan que Choquequirao es atractivo por su riqueza cultural, histórica y natural pero también que no tiene la promoción necesaria por los diferentes medios y no se aprovecha los diferentes medios comunicación e información por una serie de motivos

internos y externos como es el caso de la mala gestión de las entidades públicas y privadas que tienen que ver con el turismo y por estar en la zona geográfica de la maravilla que es Machu Picchu.

Del mismo modo Arauco (2018) en su tesis concluye que al no existir una adecuada promoción propone una propuesta de diseño de un plan pertinente de promoción turística con la finalidad de hacer conocer y aumentar la demanda de visitantes a Matucana realizando capacitaciones, así como charlas de concientización a todos los pobladores y colaboradores de la municipalidad distrital. Dicha conclusión es muy interesante y coincidente con la presente investigación y se debe tener en cuenta que ante la falencia de promociones aparentes y suficientes para el turismo es necesario la propuesta de un plan estratégico de promoción turística para que las autoridades pertinentes puedan aplicar y desarrollar en bien del turismo.

V. CONCLUSIONES

- 5.1.** El Parque Arqueológico de Choquequirao, ubicado sobre el impresionante cañón del río Urubamba en las estribaciones del nevado Salkantay, en el valle del Apurímac, en la provincia de la Convención en Cusco, considerado como un gran centro urbano incaico con rasgos, no tiene la promoción adecuada ni pertinente acorde con su importancia natural y cultural, su promoción turística es muy defectuosa, empezando por las redes sociales, medios escritos y medios radiales-televisivos, necesita de mayor apoyo por parte del gobierno local, regional y nacional y de instituciones responsables de la promoción del turismo MINCETUR, DIRCETUR, PROMPERÚ y MARCA PERÚ.
- 5.2.** La publicidad turística del Parque Arqueológico de Choquequirao, es incipiente, no existe una página oficial en Internet y la que existe en Facebook es incompleta y se presenta como un apéndice de otros destinos teniendo pocas visitas por la ausencia de una promoción sostenida, en las redes sociales existe algunos avisos esporádicos y de poca duración, igual sucede con la publicidad audiovisual, del mismo modo publicidad por medio de radio y televisión es deficiente y casi inexistente, son algunas entidades del Estado que se preocupan en algo, pero siempre promocionando a Machu Picchu y casi nada a Choquequirao; referente a la publicidad escrita también es escasa y deficiente, son pocas las agencias de viajes que presentan revistas donde se puede apreciar muy poco sobre este destino turístico y están mal diseñados inclusive con datos erróneos y faltantes.
- 5.3.** Las relaciones públicas referentes a las alianzas estratégicas o convenios con los gobiernos locales, regionales, nacionales y con instituciones privadas de turismo no existen formalmente, solo la Municipalidad Distrital de Santa Teresa realiza por iniciativa de sus autoridades alguna promoción y actividades de concientización para el buen cuidado del sitio arqueológico, lo que no ocurre con el Gobierno Regional de Cusco, así mismo instituciones como DIRCETUR y PROMPERÚ que son los responsables de promocionar el turismo a todo nivel no se preocupan por destinos turísticos distintos de Machu Picchu y del centro la ciudad del

Cusco que es lo que más promociona. Del mismo modo no existe ningún tipo de convenio con las agencias de turismo local, regional o nacional, evidenciándose que las agencias locales y regionales solo promocionan lugares más cercanos y de fácil acceso.

- 5.4.** El Parque Arqueológico de Choquequirao es muy atractivo en su aspecto natural, histórico y arqueológico, es un buen lugar para desconectarse del mundo tecnológico que invita a la meditación, concentración y creatividad, tiene en su trayecto paradas y parajes naturales de singular belleza, se presta bastante para el deporte de aventura; su estructura arquitectónica y su riqueza histórica es inmensamente interesante, puesto que ha sido el último refugio inca, ligado al imperio incaico, a los altos mandos del imperio, donde se realizaba el culto al agua, culto a las llamas, su estructura que tiene es casi a la perfección, sorprendiendo las construcciones en piedra.

VI. RECOMENDACIONES

- 6.1.** Se recomienda que dentro de la gestión que realiza el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) formular, proponer, dirigir, ejecutar y evaluar la promoción turística del Parque Arqueológico de Choquequirao que por su riqueza natural y cultural comparado con el de Machu Picchu, en el futuro se convierta en un destino turístico muy importante local, nacional y mundial.
- 6.2.** Se recomienda a los funcionarios y directivos de la Comisión de Promoción del Perú (PROMPERÚ), proponer, conducir y ejecutar las políticas y estrategias destinadas a la publicidad para promoción del Parque Arqueológico de Choquequirao creando una página web adecuada y completa de los atractivos que ofrece, publicitándolo también por medios audio-visuales como radio, televisión, revistas, folletos, murales y otros.
- 6.3.** Se recomienda a los funcionarios del gobierno local de la Municipalidad de Santa Teresa realizar alianzas estratégicas o convenios con el Gobierno Regional del Cusco y entidades particulares como las agencias de turismo y de transporte local, regional y nacional para publicitar este destino turístico de trascendencia y de gran importancia.
- 6.4.** Se recomienda a los funcionarios del gobierno local de la Municipalidad de Santa Teresa en alianza estratégica con el Gobierno Regional del Cusco realizar una propuesta de diseño de un plan pertinente de promoción turística con la finalidad de hacer conocer y aumentar la demanda de visitantes a Choquequirao que incluya la restauración del parque así como el arreglo mantenimiento permanente de la ruta sin alterar el atractivo natural que posee.

REFERENCIAS

- Álvarez, A. (2015). Imagen, lealtad y promoción turística. Análisis con ecuaciones estructurales. *Revista Pasos*. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88136217012>
- Andrade, D. (2016). Estrategias de marketing digital en la promoción de marca ciudad. *Revista Escuela de Administración de Negocios*. Universidad EAN. Recuperado de: <https://journal.universidadean.edu.co/index.php/Revista/article/view/1457/1410>
- Arauco, M. G. (2018). *Promoción de los atractivos turísticos del distrito de Matucana 2018* (Tesis de Licenciatura). Universidad Norbert Wiener, Lima, Perú
- Arias, L. (2019). *Estrategia de marketing experiencial y la demanda turística del Complejo Arqueológico "Huacas de Moche" Distrito De Moche – 2019* (Tesis de Licenciatura). Universidad Privada Antenor Orrego. Trujillo, Perú.
- Bigne, J., Font, X. y Andreu, L. (2000). *Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo*. Madrid: Esic editorial.
- Campo, S. & Alvarez, M. D. (2013). Can tourism promotions influence a country's negative image? An experimental study on Israel's image. *Current Issues in Tourism* 17(3): 201–219
- Capillo, I. y Costa, S. (2016). Análisis y evaluación de la promoción turística en el distrito de Chiguata, provincia de Arequipa 2016. *Revista Científica de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Alas Peruanas*. Recuperado de: <http://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/LOGOS/article/view/1280/1250>
- Castillo, M. y Castaño, V. (2014). La promoción turística a través de técnicas tradicionales y nuevas. *Revista Scielo*. Recuperado de: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322015000300017
- Castro, J. (2002). *Diccionario de comercio internacional*. España: Editorial Ariel Derecho.

- Coutin, M. (2010). *Marketing Turístico*. Panamá: Editora Novo Art S.A.
- Darbellay, F. Y Stock, M. (2015). Tourism as complex interdisciplinary research object, *Annals of Tourism Research*, Vol. 39, No. 1, pp.441-458
- Díaz, P.; Santana, A. y Rodríguez, A.J. (2014). Destination image, image at destination. Methodological aspects. *Revista Pasos*, 11(3): 83 -95.
- Dwivedi, M.; Yadav, A. & Venkatesh, U. (2012). Use of social media by national tourism organizations: a preliminary analysis. *Journal of Information Tehcnology & Tourism* 13(2) 93-103
- Ely, P. A. (2013). Selling Mexico: marketing and tourism values. *Tourism Management Perspectives* 8(1): 80-89
- Femenia, J. (2016). *Determinantes de la demanda turística: el caso de Las Islas Baleares* (Tesis de Licenciatura). Universidad de les Illes Belears, España.
- Giles, E.; Bosworth, G. & Willett, J. (2013). The role of local perceptions in the marketing of rural areas. *Journal of Destination Marketing & Management* (2): 4-13
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw-Hill
- Kotler, P., Bowen, J., Makens, J., Moreno, R. & Paz, R., (2004). *Marketing para turismo*. Madrid: Pearson Educación S.A.
- Masip, Z. (2017). *Experiential marketing as a differentiation strategy; practical case Es Refugi* (Tesis de Licenciatura). Universidad de les Illes Belears, España.
- Mayorga, D. y Araujo, P. (2013). *El plan de marketing*. 2da edición. Universidad del Pacífico. Lima: Centro de Investigación.
- Mc Intosh, R. S. (1983). *Turismo, administración y perspectiva*. 1era edición. México: Trillas
- Milano, R.; Baggio, R. & Piattellib, R. (2014). The effects of online social media on tourism websites. En: Law, R.; Fuchs, M. & Ricci, F. (Eds.) *Information and*

- Communication Technologies in Tourism 2014: *Proceedings of the International Conference in Innsbruck, Austria*, January 26-28, pp. 471-483
- Mincetur (2011). *Guía metodológica para la identificación, formulación y evaluación social de proyectos de inversión pública del sector turismo, a nivel perfil*. Recuperado de: https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/proyectos_inversion_publica/instrumentos_metodologicos/Guia_Turismo_capitulo1.pdf
- Nabout, N. A.; Skiera; B.; Stepanchuk, T. & Gerstmeier, E. (2012). An analysis of the profitability of fee-based compensation plans for search engine marketing. *International J. of Research in Marketing* 29(1): 68-80
- Nicoletta, R. & Servidio, R. (2014). Tourists' opinions and their selection of tourism destination images: An affective and motivational evaluation. *Tourism Management Perspectives* 4(1): 19–27
- O'Guinn, A. Y. (2005). *Publicidad*. México: International Thomson Editores.
- Ollague, N. M. (2016). *Plan de promoción turística para la Comunidad Punta Diamante de la Parroquia Chongón del Cantón Guayaquil* (Tesis de Licenciatura). Universidad de Guayaquil. Ecuador.
- Organização Mundial do Turismo (2014). *Healthy growth of international tourism in first half of 2014*. Disponível em <<http://media.unwto.org/en/press-release/2011-09-07/healthy-growthinternational-tourism-first-half-2011>> Acesso em: 27 jun. 2021
- Organización Mundial del Turismo (2016). *Panorama del Turismo Internacional*. Recuperado de: http://www.thinktur.org/media/OMT_Panorama_Turismo_Internacional_2016.pdf
- Ortigoza y Gómez. (2011). *Promoción turística*. México: Norma.
- Pérez, J. y Merino, M. (2016). *Definición de atractivo turístico*. Recuperado 6 mayo 2021 de: <https://definicion.de/atractivo-turistico/>

- Perú Travel (2018). *Parque Arqueológico de Choquequirao*. Recuperado 23 abril 2021 de: <https://www.peru.travel/es/atractivos/choquequirao>
- Pesonem, J. (2015). Tourism marketing in Facebook: comparing rural tourism SME's and larger tourism companies in Finland. En: Law, R.; Fuchs, M. & Ricci, F. (Eds.) *Information and Communication Technologies in Tourism 2015: Proceedings of the International Conference in Innsbruck, Austria, January 26-28*, pp. 537-546
- PROMPERU / Área de Investigación de Mercados Turísticos. (2015). *Perfil del Vacacionista Nacional 2013*. Recuperado 28 abril 2021 de: <http://media.peru.info/IMPP/2013/TurismoInterno/DemandaActual/TipsPVN2013porCiudades.pdf>
- Ramírez, C. (2006). *Marketing Turístico*. México: Trillas.
- Sandin, M. P. (1992). *Investigación cualitativa en educación. Fundamentos y tradiciones*. Madrid: McGraw Hill.
- Sifuentes, A. (2015). *Promoción turística y demanda turística del sitio arqueológico Marcahuamachuco, región La Libertad* (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo, Perú.
- Torres, C. (2009). *A bíblia do marketing digital: tudo o que você queria saber sobre o marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar*. São Paulo: Novatec.
- Valverde, R. Y. (2017). *Plan de promoción turística para el incremento de la afluencia de turistas en el Refugio de Vida Silvestre Laquipampa – Incahuasi. Enero - Setiembre 2016* (Tesis de Licenciatura). Universidad Privada Juan Mejía Baca. Chiclayo, Perú.
- Xiang, Z. & Pan, B. (2011). Travel queries on cities in the United States: Implications for search engine marketing for tourist destinations. *Tourism Management* 32(1): 88-97
- Zúñiga, M.B. (2017). *Promoción de los atractivos turísticos del distrito de Vilcabamba provincia de la Convención para promover la demanda turística 2017* (Tesis de Licenciatura). Universidad Andina del Cuzco. Cuzco, Perú.

ANEXOS

Tabla 2: Matriz de categorización apriorística

Objetivo General	Objetivos Específicos	Categorías	Sub Categorías	Técnica/ Instrumento
Analizar la promoción turística del parque arqueológico de Choquequirao	Determinar cómo se encuentra la publicidad turística del parque arqueológico de Choquequirao	Publicidad turística del parque arqueológico de Choquequirao	-Publicidad por Internet -Publicidad audiovisual -Publicidad por medios escritos	Entrevista / Guión de entrevista
	Conocer las relaciones públicas o alianzas estratégicas para la promoción turística del parque arqueológico de Choquequirao.	Relaciones públicas o alianzas estratégicas para la promoción turística del parque arqueológico de Choquequirao.	- Convenio con gobiernos locales y regionales - Convenio Institucionales nacionales - Convenios con Empresas privadas	
	Indicar los atractivos turísticos del parque arqueológico de Choquequirao para una adecuada promoción	Atractivos turísticos del parque arqueológico de Choquequirao para una adecuada promoción.	- Atractividad natural - Atractividad cultural	

Tabla 3: Matriz de preguntas

Subcategoría	Preguntas	Informantes claves
Publicidad por internet	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿En general, cómo califica la calidad promocional de la página web del Parque Arqueológico de Choquequirao? 2. ¿Considera que la promoción del Parque Arqueológico de Choquequirao a través de redes sociales es adecuada? 	<ul style="list-style-type: none"> ● Turistas ● Pobladores ● Agencias de viaje ● Operadores turísticos
Publicidad audiovisual	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿La publicidad que se hace sobre el Parque Arqueológico de Choquequirao por radio y televisión motiva su visita? 	<ul style="list-style-type: none"> ● Turistas ● Pobladores ● Agencias de viaje ● Operadores turísticos
Publicidad escrita	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿La publicidad a través de los periódicos (diarios) y revistas abarca todos los atractivos del Parque Arqueológico de Choquequirao 2. ¿Considera que la publicidad a través de folletos, murales y/o gigantografías del Parque Arqueológico de Choquequirao son atractivos y bien diseñados? 	<ul style="list-style-type: none"> ● Turistas ● Pobladores ● Agencias de viaje ● Operadores turísticos
Convenio con gobiernos locales y regionales	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Tiene conocimiento si la Municipalidad Distrital de Santa Teresa y el Gobierno Regional del Cusco realizan actividades promocionales en favor del Parque Arqueológico de Choquequirao? 	<ul style="list-style-type: none"> ● Turistas ● Pobladores ● Agencias de viaje ● Operadores turísticos
Convenio con instituciones nacionales	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Considera que DIRCETUR y PROMPERÚ realizan alianzas estratégicas para promocionar el Parque Arqueológico de Choquequirao? 	<ul style="list-style-type: none"> ● Turistas ● Pobladores ● Agencias de viaje ● Operadores turísticos
Convenios con empresas privadas	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Las agencias de turismo local, regional o nacional realizan actividades para promocionar el Parque Arqueológico de Choquequirao? 2. ¿Las agencias de transporte terrestres y/o áreas tienen convenios con los responsables del Parque Arqueológico de Choquequirao para descuentos en sus servicios que ofrecen? 	<ul style="list-style-type: none"> ● Turistas ● Pobladores ● Agencias de viaje ● Operadores turísticos
Atractividad natural	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿El Parque Arqueológico de Choquequirao es atractivo por su aspecto geográfico y el ambiente natural que ofrece? 	<ul style="list-style-type: none"> ● Turistas ● Pobladores ● Agencias de viaje ● Operadores turísticos

Atractividad cultural	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿El Parque Arqueológico de Choquequirao es visitado por su estructura arquitectónica y su riqueza histórica? 2. Existe mantenimiento y se encuentra bien conservado el Parque Arqueológico de Choquequirao? 	<ul style="list-style-type: none"> ● Turistas ● Pobladores ● Agencias de viaje ● Operadores turísticos
------------------------------	---	--

Tabla 4: Matriz de validación de expertos



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN
TURISMO Y HOTELERÍA**

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima, 22 mayo de 2021

Apellido y nombres del experto: **Bazalar Paz, Miguel Angel**

DNI: **25793885** Teléfono: **989193334**

Título/grados: **Doctor**

Cargo e institución en que labora: **Docente – Universidad César Vallejo**

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “x” en cada una de las celdas.

	ÍTEM	INACEPTABLE						ACEPTABLE					OBSERVACIONES
		0	10	20	30	40	50	60	70	80	90	100	
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?											X	
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?											X	
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?									X			
4	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en un marco teórico?										X		
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema?										X		
6	¿El diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?									X			
7	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?									X			
8	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?										X		

Promedio de valoración: 88.75%

FIRMA DEL EXPERTO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
 ESCUELA PROFESIONAL DE
 ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y
 HOTELERÍA**

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima, 19 de mayo de 2021.

Apellido y nombres del experto: Zevallos Gallardo, Verónica.

DNI: 41726975

Teléfono: 932371609

Título/grados: Mg. Docencia Universitaria.

Cargo e institución en que labora: Universidad César Vallejo. Coordinadora de Escuela ATH.

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en cada una de las celdas.

	ÍTEM	INACEPTABLE						ACEPTABLE					OBSERVACIONES
		0	10	20	30	40	50	60	70	80	90	100	
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?										x		
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?										x		
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?										x		
4	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en un marco teórico?										x		
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema?										x		
6	¿El diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?										x		
7	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?									x			
8	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?									x			

Promedio de valoración: 94%



Mg. Verónica Zevallos Gallardo.
 Coordinadora E.P Administración en Turismo y Hotelería
 Lima norte

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y
HOTELERÍA
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Lima, 20 de mayo de 2021

Apellido y nombres del experto: Frank David Huamaní Paliza

DNI: 41523590

Teléfono: 999418209

Título/grados: Magíster

Cargo e institución en que labora: Docente UCV

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “x” en cada una de las celdas.

	ÍTEM	INACEPTABLE						ACEPTABLE					OBSERVACIONES
		0	10	20	30	40	50	60	70	80	90	100	
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?									x			Corregir lo indicado
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?									x			
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?									x			
4	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en un marco teórico?									X			
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema?									X			
6	¿El diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?									X			
7	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?									X			
8	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?									x			

Promedio de valoración: 80%



FIRMA DEL EXPERTO

Tabla 5: Matriz de codificación de entrevistas

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS	
N° de registro: 01	
Nombre del investigador/entrevistador: <i>Diana Katherin Segundo Huaman</i>	
Nombre de la población:	Fecha de la entrevista: <i>05/06/2021</i>
<i>Turista</i>	Fecha de llenado de ficha: <i>06/06/2021</i>
Tema: <i>Promoción turística en el Parque Arqueológico de Choquequirao del distrito de Santa Teresa, Cusco – 2021</i>	
Contextualización: <i>Entrevista telefónica</i>	
Observaciones: <i>Ninguna</i>	
<p>Muy buenas tardes joven Misael no le quiero quitar mucho tiempo es como le mencione hace un momento es sobre el conocimiento acerca de la publicidad que se tiene sobre el Parque Arqueológico de Choquequirao. Me puede decir ¿En general, cómo califica la calidad promocional de la página web del Parque Arqueológico de Choquequirao?</p> <p>Está bien, con respecto a la pregunta que me planteas, realmente desconozco si existe una página enfocada al Parque Arqueológico de Choquequirao, pero según he buscado no encuentro ninguna información de promoción turística como lo es en el caso de Machu Picchu que lo promocio como un gran atractivo turístico, si encuentro información es con temas ligados a lo que es teleférico, la construcción de ella y deduzco que por ese lado es que se conoce el Parque Arqueológico de Choquequirao.</p> <p>Entonces considerando su respuesta, y que no hay demasiada información acerca del atractivo como tal viene la siguiente pregunta; ¿Considera que la promoción del Parque Arqueológico de Choquequirao a través de las redes sociales es la adecuada?</p> <p>Aquí cambia un poco la forma de ver las cosas, usted sabe que las redes sociales en la actualidad se han vuelto una herramienta importante para lo que es publicidad, si definitivamente tiene razón, bien por ejemplo en Instagram he podido visualizar algunas páginas o agencias de viajes que promocionan el Parque Arqueológico de Choquequirao, ya sea con fin comercial o fin de dar conocer parte de la historia, otra red social en la que he visto publicidad es Facebook pero no en la misma cantidad que Instagram, se tiene mayor conocimiento del atractivo por parte de los turistas extranjeros quienes realizan mayor publicidad.</p>	

Y dígame ¿la publicidad que se hace sobre el Parque Arqueológico de Choquequirao por radio y televisión motiva su visita?

Bueno como le vuelvo a repetir la publicidad sobre Choquequirao es muy deficiente, no hay mucha información de ello ni muchos menos por radio ni televisión, a menos que entidades del Estado nos muestren un poco más acerca del atractivo, claro muy aparte de Machu Picchu.

Ya muy bien, comprendo lo que me manifiesta, en cuanto a la publicidad escrita viene esta otra interrogante, que opina acerca de ¿la publicidad a través de los periódicos (diarios) y revistas abarca todos los atractivos del Parque Arqueológico de Choquequirao?

Hasta el momento no he visto ningún periódico que hable sobre Choquequirao y en cuanto a las revistas, aquí te tengo que decir que solo las agencias de viajes te muestran pequeñas revistas donde te invitan a conocer del lugar. Y son ellos quienes te ofrecen paquetes de viaje y te hacen entrega de folletos.

Bien, ahora respecto a los folletos, considera que ¿la publicidad a través de la folletos, murales y/o gigantografías del Parque Arqueológico de Choquequirao son atractivos y bien diseñados?

Con respecto a este tema los escasos folletos que se llegan a recibir u obtener no se encuentran bien diseñadas, en esa parte considero que falta mayor publicidad para poder conocer todos sus atractivo, belleza y esplendor que nos muestra ala llegar al Parque Arqueológico de Choquequirao, lo poco que se puede encontrar es el camino de cómo llegar al lugar, el tiempo de viaje y más allá de eso nos encontramos algo preciso. **Bien es decir que la publicidad hasta el momento es realmente escasa y usted, ¿tiene conocimiento si la Municipalidad Distrital de Santa Teresa y el Gobierno Regional del Cusco realizan actividades promocionales en favor del Parque Arqueológico de Choquequirao?**

A mi parecer pienso que solo la Municipalidad Distrital de Santa Teresa se enfoca en promocionar y dar a conocer como un nuevo atractivo al Parque Arqueológico de Choquequirao, realizan actividades como concientización de cuidar los monumentos arqueológicos y siempre te están mencionando de Choquequirao y con respecto al Gobierno Regional del Cusco creo que se centra más de los atractivos en el mismo Cusco y por ende a Machu Picchu. Considero que desde ahí empezamos mal, ya que como región debe descentralizar la atención solo en Machu Picchu.

Si entiendo y la siguiente pregunta también va un poquito relacionada a la anterior y es la siguiente, ¿considera que DIRCETUR Y PROMPERÚ realizan alianzas estratégicas para promocionar el Parque Arqueológico de Choquequirao?

Como turista no sé realmente si se llegan a realizar alianzas estratégicas entre instituciones, pero si tengo entendido que ellos son los encargados de promocionar y hacer las publicidades respectivas de cada lugar, por ahí he visto en ocasiones que la página de PromPerú si realiza una que otra publicidad y más aún cuando se trata de Machu Pichhu es ahí donde aprovechan en colocar en una pequeña parte lo que es referente al Parque Arqueológico de Choquequirao, considero que no le toman demasiada importancia en promocionar el atractivo y solo se enfocan en lo que es

Cusco(centro) y Machu Picchu.

Por supuesto se entiende que hace falta demasiada publicidad netamente dedicada al Parque Arqueológico de Choquequirao y ya que hablamos de ello que opinión me puede brindar al respecto de esta pregunta: ¿Las agencias de turismo local, regional o nacional realizan actividades para promocionar el Parque Arqueológico de Choquequirao?

Aquí quizás le puedo brindar un poquito más de información, o cómo funcionan las agencias de viajes a nivel de turismo local que viene a ser Cusco, por ejemplo aquí las agencias en su gran mayoría te ofertan paquetes turísticos a lugares cercano y estamos hablando de Sacsayhuaman, Coricancha, Moray, Vinicunca (Montaña de 7 colores), etc, lugares cercanos a donde ellos pueden llegar y les sea de un fácil acceso, entonces yo pienso que las agencias de viaje no se atreven a ir a lugares que no se conocen muy bien, le comento por ahí lo que me menciono uno de los guías que dice lo siguiente: “Solo los machos nada más, se atreven a ir a Choquequirao” (Risas). **Bien, comprendo y le explicaron el porqué del comentario**, si claro nos dijeron que era por la distancia y muchos de ellos tienen temor , otro motivo es porque no conocen muy bien la ruta, y el viaje es un poquito largo de 4 a 5 días y uno que otro guía se atreve a ir promocionándolo como un viaje de aventura y trekking, pero como le digo no hay muchas agencias que oferten paquetes turísticos a Choquequirao y entonces sacando conclusiones en función a lo que te menciono con las agencias de viaje de Cusco y por ahí de Apurímac, no hay mucha promoción del lugar y viendo esto a nivel local, regional y observando el mapa de Cusco, en mi opinión dudo mucho que agencias de Lima o a nivel nacional oferten o promocionen el Parque Arqueológico de Choquequirao.

La información que me brinda es de mucha relevancia, continuando con nuestra entrevista, aquí viene esta otra pregunta; ¿Las agencias de transporte terrestres y/o áreas tienen convenios con los responsables del Parque Arqueológico de Choquequirao para descuentos en sus servicios que ofrecen?

No he visto ningún tipo de estos descuentos en lo que sea transportes o aerolíneas, para Machu Picchu sí, pero para Choquequirao la verdad no.

Bien entiendo, y pasando a lo que es su atraktividad natural, cultural, que opinión me podría dar de esta interrogante: ¿El Parque Arqueológico de Choquequirao es atractivo por su aspecto geográfico y el ambiente natural que ofrece?

Aquí siendo muy honesto, esto depende de cada turista pero para mí en lo personal es atractivo en todo aspecto, uno por su belleza natural, histórica, arqueológica, y geográficamente también, es muy hermoso para poder conocerlo y tomarse el tiempo para viajar de paso que haces ejercicios pero al final vale la pena. (Risas) **Es un buen lugar para desconectarse del mundo tecnológico cierto**, por supuesto que sí, aquí puedes encontrar la paz y el momento adecuado que necesitas para desestresarte.

Bien, la siguiente pregunta está relacionada con su primera respuesta, ¿El Parque Arqueológico de Choquequirao es visitado por su estructura arquitectónica y su riqueza histórica?

Claro que sí, considero que su atractivo se basa en su historia porque ha sido el último refugio inca, otro es porque se encuentra ligado al imperio incaico, los altos mandos, a la religión por ejemplo el que realicen el culto al agua, culto a las llamas y en este aspecto

podemos compararlo con Machu Picchu.

Y bien ya para terminar, ¿Existe mantenimiento y se encuentra bien conservado el Parque Arqueológico de Choquequirao? Qué opinión tiene usted sobre este tema...

En cuanto al mantenimiento, en las tres oportunidades que tuve de viajar he podido observar que si se encuentra en buen estado pero hasta el momento solo se ha descubierto una parte y hablamos de un 30% de la totalidad que es, y si esa parte descubierta se encuentra bien conservado.

Perfecto muy amable por sus respuestas y su tiempo brindado para esta entrevista y por última pregunta alguna sugerencia que tenga al respecto del Parque Arqueológico de Choquequirao.

Lo único que puedo agregar es que tenga mayor señalización de acceso o de alertas, y que le tomen mayor importancia porque es un hermoso lugar para conocer.

Muchas gracias por su tiempo, aquí hemos finalizado la entrevista le agradezco demasiado y ya muy pronto espero también volver a visitar el Parque Arqueológico de Choquequirao.

Ok muchas gracias a ti y espero haberte ayudado.

Duración de entrevista: *20 minutos*

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

N° de registro: *02*

Nombre del investigador/entrevistador: *Diana Katherin Segundo Huaman*

Nombre de la población:

Turista

Fecha de la entrevista: *05/06/2021*

Fecha de llenado de ficha: *06/06/2021*

Tema:

Promoción turística en el Parque Arqueológico de Choquequirao del distrito de Santa Teresa, Cusco – 2021

Contextualización:

Entrevista telefónica

Observaciones:

Ninguna

Muy buenas tardes señorita Melissa no le quiero quitar mucho tiempo es como le mencione hace un momento es sobre el conocimiento acerca de la publicidad que se tiene del Parque Arqueológico de Choquequirao. Me puede decir ¿En general, cómo califica la calidad promocional de la página web del Parque Arqueológico de

Choquequirao?

Buenas tardes, si con respecto a la pregunta que me planteas, realmente desconozco si existe alguna página enfocada netamente a lo que es el Parque Arqueológico de Choquequirao, pero según me estaba informando no he encontrado ninguna información de promoción turística del lugar, no como lo son en otras regiones es más la vez que viaje a Choquequirao lo realice por un invitación de un familiar, de lo contrario no me enteraba de su existencia.

Entonces considerando su respuesta, y que no hay demasiada información acerca del atractivo, la siguiente pregunta; ¿Considera que la promoción del Parque Arqueológico de Choquequirao a través de las redes sociales es la adecuada?

Cuando me mencionas redes sociales yo puedo deducir qué te refieres a Facebook, Instagram o Tik -Tok y en estas tres redes sociales de mayor uso, he podido observar que en Instagram sí promocionan el Parque Arqueológico de Choquequirao pero la frecuencia con la que publican acerca de este atractivo es un largo periodo no es muy seguido como lo vemos en Machu Picchu o cómo lo vemos con regiones como: Arequipa, Puno, Cusco, etc, regiones que ya son bien conocidas; en cuanto a las redes sociales me parecen que son un medio adecuado para promocionar o para poner una publicidad de cualquier tema en general ya que los jóvenes están pendientes a las redes sociales hoy en día y más con lo que es todo virtual entonces en esa parte se puede aprovechar para hacer promoción de los atractivos con lo que cuenta el Perú.

Estoy de acuerdo con usted y dígame ¿la publicidad que se hace sobre el Parque Arqueológico de Choquequirao por radio y televisión motiva su visita?

Bien cómo te estaba mencionando en particular, yo no he visto mucha publicidad en lo que es página web oficial o que este en un boom de publicidades en lo que son redes sociales y bueno con esta pregunta mucho menos he escuchado por radio y televisión pero sí sería bueno de que pasen programas culturales a nivel nacional para así también conocer un poco más de nuestro país no y como es en el caso de Choquequirao

Ya muy bien, comprendo lo que me manifiesta y comparto la idea que tiene, en cuanto a la publicidad escrita viene esta otra interrogante, que opina acerca de ¿la publicidad a través de los periódicos (diarios) y revistas abarca todos los atractivos del Parque Arqueológico de Choquequirao?

Como te decía y cómo te repito no hay publicidad escrita no he encontrado un medio escrito en el que se pueda promocionar Choquequirao, salvo de algunos folletos que te dan en las agencias de viaje cuando te acercas a comprar un paquete turístico, después de eso no he visto más publicidad escrita.

Bien, ahora respecto a los folletos que justo me menciona, considera que ¿la publicidad a través de la folletos, murales y/o gigantografías del Parque Arqueológico de Choquequirao son atractivos y bien diseñados?

Ya bien con respecto a los folletos que te mencionaba son escasos porque no todas las agencias de viaje te brindan estos folletos, entonces a mi parecer una que otra sí encontré folletos bien diseñados pero consideró que falta un mayor compromiso con hacer publicidad para este atractivo ya que tiene gran belleza natural qué es lo que más me ha impactado cuando tuve la oportunidad de conocerlo.

Bien es decir que la publicidad hasta el momento es realmente escasa y usted, ¿tiene conocimiento si la Municipalidad Distrital de Santa Teresa y el Gobierno Regional del Cusco realizan actividades promocionales en favor del Parque Arqueológico de Choquequirao?

Aquí si no te puedo ayudar mucho con este pregunta, desconozco si la Municipalidad Distrital de Santa Teresa hace promoción del Parque Arqueológico de Choquequirao, pero si he escuchado que realizan actividades como concientización de cuidar los monumentos arqueológicos y por ahí hacen mención de Choquequirao y con respecto al Gobierno Regional del Cusco creo que se centra más de los atractivos en el mismo Cusco y Machu Picchu.

Si entiendo y la siguiente pregunta también va un poquito relacionada a la anterior y es la siguiente, ¿considera que DIRCETUR Y PROMPERÚ realizan alianzas estratégicas para promocionar el Parque Arqueológico de Choquequirao?

Como turista no sé realmente si se llegan a realizar alianzas estratégicas, pero si tengo conocimiento que ellos son los encargados de promocionar y hacer las publicidades respectivas de cada lugar.

Claro se entiende que hace falta demasiada publicidad al Parque Arqueológico de Choquequirao y ya que hablamos de ello que opinión me puede brindar al respecto de esta pregunta: ¿Las agencias de turismo local, regional o nacional realizan actividades para promocionar el Parque Arqueológico de Choquequirao?

Considero que Lima o a nivel nacional no se ofertan o promocionan lo que es el Parque Arqueológico de Choquequirao, sin embargo en mi estadía por Cusco si pude observar que algunas agencias si ofrecían el viaje a Choquequirao sin embargo las salidas son muy limitadas, creo que es por el tipo de viaje que toma en llegar al lugar, y bueno en ese aspecto también hace falta de que las agencias traten de promocionar este atractivo.

La información que me brinda es muy importante, continuando con nuestra entrevista, aquí viene esta otra pregunta; ¿Las agencias de transporte terrestres y/o áreas tienen convenios con los responsables del Parque Arqueológico de Choquequirao para descuentos en sus servicios que ofrecen?

No he visto ningún tipo de estos descuentos en lo que sea transportes o aerolíneas.

Bien entiendo, y pasando a lo que es su atraktividad natural, cultural, que opinión me podría dar de esta interrogante: ¿El Parque Arqueológico de Choquequirao es atractivo por su aspecto geográfico y el ambiente natural que ofrece?

En mi opinión si es realmente atractivo por su naturaleza, al llegar a Choquequirao quedas encantada con lo que ves, es difícil el trayecto pero vale la pena poder llegar, el aspecto geográfico que tiene se presta bastante para el trekking, así que las personas que deseen hacer este deporte les recomiendo que lleven bastante agua, para mi fue fascinante realizar este viaje.

Bien, la siguiente pregunta está relacionada con su primera respuesta, ¿El Parque Arqueológico de Choquequirao es visitado por su estructura arquitectónica y su riqueza histórica?

Considero que su atractivo se basa en su historia por la estructura que tiene es casi a la perfección cuando lo miras quedas sorprendido por tales construcciones en piedra y te

preguntas que tan perfectos han sido los incas en realizar este trabajo y que hasta la actualidad perdura con el tiempo, tiene demasiada historia para contar y también por descubrir la zona.

Y bien ya para terminar, ¿Existe mantenimiento y se encuentra bien conservado el Parque Arqueológico de Choquequirao? Qué opinión tiene usted sobre este tema...

En cuanto al mantenimiento si se encuentra conservado, lo que si le hace falta es mayor señalización preventiva y de información, y por ende también mayor publicidad.

Perfecto muy amable por sus respuestas y su tiempo brindado para esta entrevista , aquí hemos finalizado y le agradezco demasiado, ya muy pronto espero también volver a visitar el Parque Arqueológico de Choquequirao.

No hay problema muchas gracias a ti y espero haberte ayudado.

Duración de entrevista: 20 minutos

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

N° de registro: 03

Nombre del investigador/entrevistador: Diana Katherin Segundo Huaman

Nombre de la población:

Fecha de la entrevista: 07/06/2021

Poblador

Fecha de llenado de ficha: 08/06/2021

Tema:

Promoción turística en el Parque Arqueológico de Choquequirao del distrito de Santa Teresa, Cusco – 2021

Contextualización:

Entrevista telefónica

Observaciones:

Ninguna

Muy buenas tardes señor, no le quiero quitar mucho de su tiempo como le mencione hace un momento es sobre el conocimiento que usted tiene acerca de la publicidad que se tiene del Parque Arqueológico de Choquequirao. Me puede decir ¿En general, cómo califica la calidad promocional de la página web del Parque Arqueológico de Choquequirao?

Buenas tardes, si con respecto a tu pregunta actualmente la promoción del Parque Arqueológico de Choquequirao es deficiente en vista que el parque no cuenta con una página donde se promocióne activamente.

Considerando su respuesta, y que no hay demasiada información acerca del atractivo, la siguiente pregunta; ¿Considera que la promoción del Parque Arqueológico de Choquequirao a través de las redes sociales es la adecuada?

De que hay bastante información no lo hay, pero si las redes sociales hoy en día son de bastante ayuda para cualquier promoción, ya que los jóvenes son los más conectados en ese medio.

Eso es verdad y dígame ¿la publicidad que se hace sobre el Parque Arqueológico de Choquequirao por radio y televisión motiva su visita?

Hasta el momento la publicidad por radio y televisión es pésima, no hay demasiada información en lo que respecta al Parque Arqueológico de Choquequirao,

Comprendo lo que me manifiesta y en cuanto a la publicidad escrita viene esta otra interrogante, que opina acerca de ¿la publicidad a través de los periódicos (diarios) y revistas abarca todos los atractivos del Parque Arqueológico de Choquequirao?

Aquí realmente no hemos visto muchas revistas o periódicos, pero las veces que turistas han traído algún folleto o revista solo vemos que se enfocan en lo que es la plaza principal de Choquequirao (Plaza Aukaypata).

Bien, ya que me menciona de los folletos, considera que ¿la publicidad a través de la folletos, murales y/o gigantografías del Parque Arqueológico de Choquequirao son atractivos y bien diseñados?

Si, los gobiernos locales como Santa Teresa y Mollepata trabajan en la promoción, haciendo diferentes diseños del Parque Arqueológico de Choquequirao.

Bien es decir que la publicidad hasta el momento es realmente escasa y usted, ¿tiene conocimiento si la Municipalidad Distrital de Santa Teresa y el Gobierno Regional del Cusco realizan actividades promocionales en favor del Parque Arqueológico de Choquequirao?

Como poblador tengo entendido que actualmente la promoción solo lo hacen los gobiernos locales del Cusco (Santa teresa y Mollepata).

Entiendo y la siguiente pregunta es ¿considera que DIRCETUR Y PROMPERÚ realizan alianzas estratégicas para promocionar el Parque Arqueológico de Choquequirao?

Señorita han llegado representantes de la Municipalidad y nos han mostrado videos que viene realizando Promperú. (Según ellos nos mencionaron que van a seguir realizando mayor promoción turística y que nosotros podamos ofrecer el servicio de hospedaje)

Disculpe señor y que me pude decir acerca de ¿Las agencias de turismo local, regional o nacional realizan actividades para promocionar el Parque Arqueológico de Choquequirao?

Aquí en la zona han llegado varias agencias de viaje, nos imaginamos que si realizan promoción turística, pero quienes llegan son de Cusco.

La información que me brinda es muy importante, continuando con nuestra entrevista, aquí viene esta otra pregunta; ¿Las agencias de transporte terrestres y/o áreas tienen convenios con los responsables del Parque Arqueológico de

Choquequirao para descuentos en sus servicios que ofrecen?

No, actualmente el Parque Arqueológico de Choquequirao no tiene convenios con ninguna empresa de transporte.

Bien entiendo, y pasando a lo que es su atraktividad natural, cultural, que opinión me podría dar de esta interrogante: ¿El Parque Arqueológico de Choquequirao es atractivo por su aspecto geográfico y el ambiente natural que ofrece?

El Parque Arqueológico de Choquequirao es un atractivo que tiene una riqueza natural y cultural ya que es un área de conservación regional.

Bien, la siguiente pregunta es ¿El Parque Arqueológico de Choquequirao es visitado por su estructura arquitectónica y su riqueza histórica?

El Parque Arqueológico de Choquequirao es visitado por la gran arquitectura y riqueza histórica ya que fue el último bastión de la resistencia inca, por ende si tiene demasiada historia para poder contar y aún falta mucho por descubrir.

Y bien ya para terminar, ¿Existe mantenimiento y se encuentra bien conservado el Parque Arqueológico de Choquequirao? Qué opinión tiene usted sobre este tema...

Actualmente los diferentes sectores del Parque Arqueológico de Choquequirao se encuentran bien conservados. Así mismo se sigue trabajando en diferentes sectores en la restauración de muchos recintos y terrazas en vista que Choquequirao solo esta restaurado a un 35 %.

Perfecto muy amable por sus respuestas y su tiempo brindado para esta entrevista, aquí hemos finalizado y le agradezco demasiado.

Muchas gracias a ti y espero haberte ayudado.

Duración de entrevista: 15 minutos

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

N° de registro: 04

Nombre del investigador/entrevistador: Diana Katherin Segundo Huaman

Nombre de la población:

Fecha de la entrevista: 07/06/2021

Poblador

Fecha de llenado de ficha: 08/06/2021

Tema:

Promoción turística en el Parque Arqueológico de Choquequirao del distrito de Santa Teresa, Cusco – 2021

Contextualización:

<i>Entrevista telefónica</i>
<p>Observaciones:</p> <p><i>Ninguna</i></p>
<p>Muy buenas tardes señor, no le quiero quitar mucho de su tiempo como le mencione hace un momento la entrevista es acerca del conocimiento que usted tiene sobre la publicidad del Parque Arqueológico de Choquequirao. Me puede decir ¿En general, cómo califica la calidad promocional de la página web del Parque Arqueológico de Choquequirao?</p> <p>Buenas tardes, con respecto a tu pregunta actualmente la promoción del Parque Arqueológico de Choquequirao casi nula no existe ningún tipo de información.</p> <p>Considerando su respuesta, y que no hay demasiada información acerca del atractivo, la siguiente pregunta; ¿Considera que la promoción del Parque Arqueológico de Choquequirao a través de las redes sociales es la adecuada?</p> <p>La verdad señorita no manejo bien eso de las redes sociales pero mis hijo en una que otra ocasión me han enseñado una foto en eso que llaman Instagram, considero que si hace falta mayor publicidad en esas redes ya que los jóvenes están ahí todo el día.</p> <p>Eso es verdad y dígame ¿la publicidad que se hace sobre el Parque Arqueológico de Choquequirao por radio y televisión motiva su visita?</p> <p>No he visto ninguna publicidad en televisión por ahí en la radio de Santa Teresa si escuche que motivan a visitarla pero eso es lo para la población.</p> <p>Comprendo lo que me manifiesta y en cuanto a la publicidad escrita viene esta otra interrogante, que opina acerca de ¿la publicidad a través de los periódicos (diarios) y revistas abarca todos los atractivos del Parque Arqueológico de Choquequirao?</p> <p>En realidad no he visto de esas revistas ni periódicos, no hay nada de eso.</p> <p>Bien, ya que me menciona de los folletos, considera que ¿la publicidad a través de la folletos, murales y/o gigantografías del Parque Arqueológico de Choquequirao son atractivos y bien diseñados?</p> <p>Si, los gobiernos locales como Santa Teresa y Mollepata trabajan en la promoción, del Parque Arqueológico de Choquequirao.</p> <p>Bien es decir que la publicidad hasta el momento es realmente escasa y usted, ¿tiene conocimiento si la Municipalidad Distrital de Santa Teresa y el Gobierno Regional del Cusco realizan actividades promocionales en favor del Parque Arqueológico de Choquequirao?</p> <p>Como pobladores de la zona sabemos que actualmente la promoción solo lo hacen los gobiernos locales del Cusco (Santa teresa y Mollepata).</p> <p>Entiendo y la siguiente pregunta es ¿considera que DIRCETUR Y PROMPERÚ realizan alianzas estratégicas para promocionar el Parque Arqueológico de Choquequirao?</p> <p>Señorita han llegado representantes de la Municipalidad y nos han mostrado videos que</p>

viene realizando Promperú. (Según ellos nos mencionaron que van a seguir realizando mayor promoción turística y que nosotros podamos ofrecer el servicio de hospedaje), pero después de ello no hemos visto nada mas, son pocas las veces que llegan a incentivar y capacitarnos sobre turismo.

Disculpe señor y que me pude decir acerca de ¿Las agencias de turismo local, regional o nacional realizan actividades para promocionar el Parque Arqueológico de Choquequirao?

Aquí en esta zona solo han llegado agencias de viaje de Cusco, desconocemos si viene de otras regiones.

La información que me brinda es muy importante, continuando con nuestra entrevista, aquí viene esta otra pregunta; ¿Las agencias de transporte terrestres y/o áreas tienen convenios con los responsables del Parque Arqueológico de Choquequirao para descuentos en sus servicios que ofrecen?

No, no hay convenios con ninguna empresa de transporte.

Bien entiendo, y pasando a lo que es su atraktividad natural, cultural, que opinión me podría dar de esta interrogante: ¿El Parque Arqueológico de Choquequirao es atractivo por su aspecto geográfico y el ambiente natural que ofrece?

En mi opinión si tiene atractivo por su naturaleza, a mí me encanta es realmente hermoso y mas tranquilo.

Bien, la siguiente pregunta es ¿El Parque Arqueológico de Choquequirao es visitado por su estructura arquitectónica y su riqueza histórica?

Claro que si también tiene demasiada historia para contar, ya que esto ha sido el último refugio inca.

Y bien ya para terminar, ¿Existe mantenimiento y se encuentra bien conservado el Parque Arqueológico de Choquequirao? Qué opinión tiene usted sobre este tema...

Si se encuentran conservados y están bien mantenidos, aparte que siempre están trabajando por la zona.

Perfecto muy amable por sus respuestas y su tiempo brindado para esta entrevista, aquí hemos finalizado y le agradezco demasiado.

Gracias a ti y espero haberte ayudado.

Duración de entrevista: *15 minutos*

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

N° de registro: 05

Nombre del investigador/entrevistador: *Diana Katherin Segundo Huaman*

Nombre de la población:	Fecha de la entrevista: 10/06/2021
Agente de viajes	Fecha de llenado de ficha: 11/06/2021
Tema: <i>Promoción turística en el Parque Arqueológico de Choquequirao del distrito de Santa Teresa, Cusco – 2021</i>	
Contextualización: <i>Entrevista telefónica</i>	
Observaciones: <i>Ninguna</i>	
<p>Muy buenas tardes joven como le mencionaba esta entrevista es acerca de la publicidad que se tiene del Parque Arqueológico de Choquequirao. Me puede decir ¿En general, cómo califica la calidad promocional de la página web del Parque Arqueológico de Choquequirao?</p> <p>Muy buenas tardes, con respecto a la pregunta que me planteas, nosotros como una agencia de viajes pequeña estamos pendientes a la información que encontremos en la web, y te comento en ocasiones los clientes nos han preguntado si ofrecemos paquetes al destino pero son muy pocos, y si hemos llevado a algunas turistas a Choquequirao, en este caso nosotros promocionamos los atractivos de Cusco y también lo que es el Parque Arqueológico de Choquequirao, pero realmente desconozco si existe alguna página que promocioe el atractivo, los clientes que te menciono comentan que conocen el destino por recomendaciones de amigos y/o familiares, o que lo vieron por alguna red social.</p> <p>Entiendo que no hay demasiada información acerca del atractivo, y ya me menciona redes sociales, la siguiente pregunta es ¿Considera que la promoción del Parque Arqueológico de Choquequirao a través de las redes sociales es la adecuada?</p> <p>En lo personal opino que las redes sociales son un medio que hoy en día se han vuelto muy importantes, estos medios mueven a una gran masa social ya que por la pandemia el que menos está pendiente u otorga una parte de su tiempo a estas redes, he visto que por Instagram si hay publicaciones referidas al Parque Arqueológico de Choquequirao, por Facebook también se puede encontrar algo de información pero es muy escasa.</p> <p>Estoy de acuerdo con usted y dígame ¿la publicidad que se hace sobre el Parque Arqueológico de Choquequirao por radio y televisión motiva su visita?</p> <p>Mira nosotros como agencia contamos si con publicidad escrita, y colocamos algunos videos de experiencias vividas con los turistas, pero que existan videos o sean transmitidos por televisión nacional no lo hay, por ahí que el programa Reportaje al Perú presento un reportaje valga la redundancia y esto generó que si llegaran más turistas preguntando por el destino pero eso fue momentáneo.</p> <p>Bien, comprendo lo que me comenta y en cuanto a la publicidad escrita viene esta otra interrogante, que opina acerca de ¿la publicidad a través de los periódicos (diarios) y revistas abarca todos los atractivos del Parque Arqueológico de</p>	

Choquequirao?

Si como te menciono no hay demasiada información acerca del Parque Arqueológico de Choquequirao y menos vas a encontrar periódicos, encuentras tal vez folletos que como algunas de agencia de viajes si realizamos, al menos nosotros que somos hijos de los pobladores de Marampata, que es una parada antes de conocer el atractivo, si tratamos de presentar todos los atractivos que tiene Choquequirao, pero en otras encontraras que solo se basan en promocionar la plaza principal, entonces la publicidad escrita también es deficiente.

Comprendo, ahora respecto a los folletos que justo me menciona, considera que ¿la publicidad a través de la folletos, murales y/o gigantografías del Parque Arqueológico de Choquequirao son atractivos y bien diseñados?

Bien como te comentaba nosotros como AA.VV si realizamos folletos y tratamos de mostrar todos los atractivos de Choquequirao, pero realmente como poblador de la zona te puedo decir que no vas a encontrar publicidad en murales, es más falta la señalización a la zona, lo que te puedo agregar es que solo la Municipalidad de Santa Teresa y Mollepata si realizan algunos diseños de promoción, pero no es suficiente.

Bien es decir que la publicidad hasta el momento es realmente escasa y usted, ¿tiene conocimiento si la Municipalidad Distrital de Santa Teresa y el Gobierno Regional del Cusco realizan actividades promocionales en favor del Parque Arqueológico de Choquequirao?

Si, justamente como te comentaba en la anterior pregunta, estas entidades si realizan alguna actividad para que el atractivo sea conocido pero al no ser una zona muy conocida, tampoco es que sea muy vistosa, en cuanto al Gobierno regional de Cusco, ellos solo promocionan los atractivos ya conocidos como son Vinicunca, Machu Picchu, Coricancha, Tambomachay, etc.

Si comprendo y la siguiente pregunta también va un poquito relacionada a la anterior y es la siguiente, ¿considera que DIRCETUR Y PROMPERÚ realizan alianzas estratégicas para promocionar el Parque Arqueológico de Choquequirao?

En la actualidad quienes se encuentran promocionando el Parque Arqueológico de Choquequirao, es Promperú y lo realiza mediante videos promocionales pero no son en gran cantidad, creo que aún falta trabajar esta parte de la publicidad, porque el destino en realidad te ofrece mucho desde su atractivo natural hasta lo histórico.

Por supuesto en eso estoy de acuerdo con usted y se entiende que hace falta demasiada publicidad al Parque Arqueológico de Choquequirao y ya que usted pertenece a una AA.VV que opinión me puede brindar al respecto de esta pregunta, ¿Las agencias de turismo local, regional o nacional realizan actividades para promocionar el Parque Arqueológico de Choquequirao?

Anteriormente te mencioné que somos muy pocas agencias de viajes que promocionamos el Parque Arqueológico de Choquequirao, nosotros nos arriesgamos en llevar a turistas primero lo realizamos con familiares y luego poco a poco se fueron sumando más personas, a nivel Cusco las agencias que ofertan este paquete turístico son unas cuantas ya que muchos mencionan que es un gran reto llevar a pasajeros al destino, uno por el tiempo de viaje, la distancia, el camino, entonces son varios factores por el cual no todas las agencias promocionan el destino, en cuanto a las agencias de Lima,

escuchamos que llego una pero desconozco de cual realmente, tal vez alguna AA.VV pequeña como nosotros (Risas), **Si comprendo son muy pocas AA.VV que promocionan el lugar**, así es, entonces como profesionales de turismo tenemos un arduo trabajo y no solo con este destino sino también con muchos otros.

En eso comparto totalmente su idea y continuando con nuestra entrevista, aquí viene esta otra pregunta; ¿Las agencias de transporte terrestres y/o áreas tienen convenios con los responsables del Parque Arqueológico de Choquequirao para descuentos en sus servicios que ofrecen?

Siendo sinceros realmente no existe este tipo de estos descuentos en lo que sea transportes o aerolíneas.

Bien entiendo, y pasando a lo que es su atraktividad natural, cultural, que opinión me podría dar de esta interrogante: ¿El Parque Arqueológico de Choquequirao es atractivo por su aspecto geográfico y el ambiente natural que ofrece?

Aquí te voy a brindar una opinión muy personal y por estar muy orgulloso de pertenecer a esta zona privilegiada, y te digo esto porque yo creo que al igual que Machu Picchu, el Parque Arqueológico de Choquequirao captará tal atención o incluso más porque realmente es un belleza que te transmite esa paz que necesitas, **en eso estoy de acuerdo con usted y realmente lo describe como es**, por supuesto ya que tú conoces podemos compartir estas ideas de su belleza natural y parte de su geografía que para llegar es un reto cierto, **así es** (risas).

Bien, la siguiente pregunta está relacionada con su primera respuesta, ¿El Parque Arqueológico de Choquequirao es visitado por su estructura arquitectónica y su riqueza histórica?

Nosotros, tratamos de vender eso su historia porque es un lugar mágico, ancestral, que perteneció al legado de los incas y que fue el último refugio inca, aparte de su magnífica estructura arquitectónica, quien llega al lugar queda asombrado por esto maravilla, tiene tanta historia que contar y le acompaña lo natural que se ve.

Y bien ya para terminar, ¿Existe mantenimiento y se encuentra bien conservado el Parque Arqueológico de Choquequirao? Qué opinión tiene usted sobre este tema...

Si se encuentra conservado, lo que si le hace falta es mayor señalización preventiva y de información, y por ende también mayor publicidad que queda en nuestras manos como profesionales de turismo.

Si estoy de acuerdo en lo que me menciona, ha sido usted muy amable por sus respuestas y su tiempo brindado para esta entrevista, aquí hemos finalizado y le agradezco demasiado, ya muy pronto espero volver a visitar el Parque Arqueológico de Choquequirao y tener nuevas anécdotas.

Claro porque no y muchas gracias a ti, espero haberte ayudado con mis respuestas y recuerda tenemos una labor muy bonita. **Si eso es verdad y gracias nuevamente.**

Duración de entrevista: 20 minutos

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS	
N° de registro: 06	
Nombre del investigador/entrevistador: <i>Rut Maria Chuquiyauri Castañeda</i>	
Nombre de la población:	Fecha de la entrevista: <i>14/06/2021</i>
<i>Turista</i>	Fecha de llenado de ficha: <i>14/06/2021</i>
Tema: <i>Promoción turística en el Parque Arqueológico de Choquequirao del distrito de Santa Teresa, Cusco – 2021</i>	
Contextualización: <i>Entrevista telefónica</i>	
Observaciones: <i>Ninguna</i>	
<p>Buenas tardes señorita Rosita no le quiero quitar mucho de su tiempo como le mencione hace un instante, esta entrevista es acerca de la publicidad que se tiene sobre el Parque Arqueológico de Choquequirao. Me puede decir ¿En general, cómo califica la calidad promocional de la página web del Parque Arqueológico de Choquequirao?</p> <p>La verdad recién me entero que existía una página de este sitio, pues en cuzco siempre se vende lo básico pues muchos de los turistas tienen un mínimo de tiempo para poder conocer cuzco y en lo primero que se centran es en Machu Picchu. Y ahora que entre a su página me parece muy básica, no llama la atención.</p> <p>Entonces considerando su respuesta, y que no hay mucha información acerca del atractivo como tal, viene la siguiente pregunta; ¿Considera que la promoción del Parque Arqueológico de Choquequirao a través de las redes sociales es la adecuada?</p> <p>No, ya que no se escucha muy seguido de ese lugar y ni las agencias del mismo cuzco lo promocionan, cuando se pide tours opcionales recién te brindan el servicio.</p> <p>Y dígame ¿la publicidad que se hace sobre el Parque Arqueológico de Choquequirao por radio y televisión motiva su visita?</p> <p>La verdad que nunca escuché ni vi una promoción sobre el Parque Arqueológico de Choquequirao por esos medios. Entiendo, si por la web la información es deficiente, imagino que a radio y televisión le dan menos importancia ya que el costo también es</p>	

mayor.

Ya muy bien, entiendo lo que me manifiesta, en cuanto a la publicidad escrita viene esta otra interrogante, qué opina acerca de ¿la publicidad a través de los periódicos (diarios) y revistas, abarca todos los atractivos del Parque Arqueológico de Choquequirao?

Bueno, solo una vez he visto en el diario “El Comercio” pero la información era básica y solo mostraban una foto pequeña, sería bueno que puedan sacarlo en una revista. **Claro, eso también beneficia a los pobladores y agencias, por supuesto.**

Bien, ahora respecto a los folletos, considera que ¿la publicidad a través de folletos, murales y/o gigantografías del Parque Arqueológico de Choquequirao son atractivos y bien diseñados?

Folletos, en realidad solo he visto los que las agencias de viajes ofrecen más no de la misma municipalidad o ministerio de cultura.

Entonces, para usted la publicidad del Parque Arqueológico de Choquequirao es bastante escasa, y usted, ¿tiene conocimiento si la Municipalidad Distrital de Santa Teresa y el Gobierno Regional del Cusco realizan actividades promocionales en favor del Parque Arqueológico de Choquequirao?

Podría ser que lo tienen en mente o tienen algún proyecto pero lo plasman en la realidad o por la misma burocracia que también hay en el ente público, lo dejan en nada.

Si entiendo y la siguiente pregunta también va un poquito relacionada a la anterior y es la siguiente, ¿considera que DIRCETUR Y PROMPERÚ realizan alianzas estratégicas para promocionar el Parque Arqueológico de Choquequirao?

Considero que no, y que por eso vemos que la página web es bastante deficiente en cuanto a su publicidad e información.

Por supuesto entendemos que hace falta demasiada publicidad netamente dedicada al Parque Arqueológico de Choquequirao y ya que hablamos de ello qué opinión me puede brindar al respecto de esta pregunta: ¿Las agencias de turismo local, regional o nacional realizan actividades para promocionar el Parque Arqueológico de Choquequirao?

No, primero te van a vender Mapi (Machu Picchu) y los tours básicos, y si tu deseas los tours opcionales recién te promocionan el lugar pero no es algo que te ofrezcan al comienzo.

Continuando con nuestra entrevista, aquí viene esta otra pregunta; ¿Las agencias de transporte terrestres y/o áreas tienen convenios con los responsables del Parque Arqueológico de Choquequirao para descuentos en sus servicios que ofrecen?

En lo que responden con terrestre no sabría decirle pero para las agencias de viajes dejan ingresar al guía oficial gratis nada más, a los tours conductor les cobran como si fueran turistas nacionales.

Bien entiendo, y pasando a lo que es su atraktividad natural, cultural, que

opinión me podría dar de esta interrogante: ¿El Parque Arqueológico de Choquequirao es atractivo por su aspecto geográfico y el ambiente natural que ofrece?

Si, Pero va más para el público que busca esa conexión o sea el público extranjero.

Bien, la siguiente pregunta está relacionada con su primera respuesta, ¿El Parque Arqueológico de Choquequirao es visitado por su estructura arquitectónica y su riqueza histórica?

Si, pero también por visitantes que les gustan las caminatas pues tienes opciones de cómo llegar para vivir la aventura.

Y bien ya para terminar, ¿Existe mantenimiento y se encuentra bien conservado el Parque Arqueológico de Choquequirao? ¿Qué opinión tiene usted sobre este tema...

De acuerdo a como se ven en las fotos, se puede decir que si lo tienen muy bien cuidado.

Perfecto muchas gracias por sus respuestas y su tiempo brindado para esta entrevista y por última pregunta alguna sugerencia que tenga al respecto del Parque Arqueológico de Choquequirao.

Me encantaría que el teleférico ya sea una realidad para así poder incluirlo en la ruta turística junto con Mapi (Machu Picchu).

Muchas gracias por su tiempo, aquí hemos finalizado la entrevista le agradezco demasiado y ya muy pronto espero también volver a visitar el Parque Arqueológico de Choquequirao.

Ok muchas gracias a ti y espero haberte ayudado.

Duración de entrevista: *18 minutos*

PANEL FOTOGRÁFICO












Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, EDWIN NATIVIDAD GABRIEL CAMPOS, docente de la Facultad CIENCIAS EMPRESARIALES y Escuela profesional ADMINISTRACION EN TURISMO Y HOTELERIA de la Universidad César Vallejo, sede Ate, asesor del trabajo de Investigación titulado: "Promoción turística en el Parque Arqueológico de Choquequirao del distrito de Santa Teresa, cusco - 2021" de los autores, Rut María Chuquiyauri Castañeda y Diana Katherin Segundo Huaman, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 13% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender el trabajo de investigación cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Lima, 12 de Julio del 2021

Apellidos y nombres del Asesor: Gabriel Campos, Edwin Natividad	
DNI: 40817384	 Firma
ORCID: https://orcid.org/0000-0003-0245-0040	